湖南商务职业技术学院
学生专业技能考核题库

市场营销

2020 年 7 月

目 录

湖南商务职业技术学院学生专业技能考核题库

（市场营销）

根据湖南商务职业技术学院市场营销专业学生技能考核标准以及教育厅对标准题库设计的原则要求来制定题库。本题库分为市场调研模块、产品推销模块、商务谈判模块、营销策划模块、新品全渠道推广5大模块，共有设计调研方案、撰写调研报告、产品推销、商务谈判、制定促销活动策划方案、设计公关活动方案、设计新品新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）、设计新品推广方案（线下为主、线上为辅）等8个项目，其中产品推销项目对应20个考核题，其余项目分别对应10个考核题，共计90道考核题。在同一项目题目的设计上尽量难度一致，背景资料中数据不能使用3年之前的案例。

序号	模块	项目	考核范围	题量
1	市场调研	设计调研方案	①需求调研：大学生手机需求调研、大学生电脑需求调研、湖南市场糕点需求调研；②满意度调研：校园后勤满意度调研；③消费与偏好调研：大学生旅游市场调研、大学生消费能力与偏好调研、大学生网购情况调研；④生活状态调研：大学生恋爱观调研、大学生兼职情况调研、大学生熬夜情况调研。	10
		撰写调研报告	①汽车行业：汽车消费情况调研、紧凑车型市场用户关注度调研；②通讯行业：苹果产品消费情况调研、学生笔记本电脑消费需求调研；③房地产行业：商品住房消费者满意度调研、居民房产置业情况调研； ④旅游及电商购物行业：“十一”旅游市场情况调研；消费者网购行为调研。	10
2	产品推销	产品推销	①食品类：卡士酸奶、旺旺饼干、盐津铺子、伊利牛奶、统一老坛酸菜、金帝巧克力、火腿肠、红富士苹果、茶叶、罗莎辣椒酱；②日用品类：牙膏、洗衣粉、洗衣液、立白洗洁精、维达纸巾、百雀羚护手霜；③衣帽类：浪莎丝袜；④通讯类：苹果手机；⑤保险健身美容：保险产品、健身卡、美容卡。	20

3	商务谈判	商务谈判	①采购销售谈判：滑雪场采购、供应商谈判、啤酒经销、软件采购；②项目合作服务谈判：绿茶项目合资（合作）、货物运输服务项目；③租赁谈判：经营场所租赁；④费用问题谈判：售后服务成本分摊；⑤索赔谈判：汽轮机转子毛坯延迟交货索赔、质量问题索赔	10
4	营销策划	制定公关活动策划方案	①庆典活动：康师傅中秋节庆典活动、步步高超市开业庆典活动、麻辣王子劳动节庆典活动；②新闻发布会：晚安家居实木床新品新闻发布会、“新牛仔.酒中酒霸”新闻发布会；③公益活动：蒙牛赞助活动、美的赞助烛光工程公关活动；④危机公关：麦当劳危机公关活动。	10
		制定促销活动策划方案	①元旦节：按摩器元旦促销活动；②国庆节：洗发水国庆促销活动、空调国庆促销、大药房国庆促销；③三八节：化妆品“三八”促销活动、百丽女鞋“三八“促销活动④父亲（母）节：电器父亲节促销活动、母亲节足浴器促销活动⑤五一节：尚艺“五一“促销活动、卫浴”五一“促销活动。	10
5	新品全渠道（线上线下结合）推广	设计新品推广方案（线下为主，线上为辅）	①食品类：哇哈哈锌多多钙多多营养酸奶推广、诚赫宝贝品牌推广、轻轻茶推广；②家电类：美的无风感柜式空调推广、老板蒸箱推广、小米 IH 电饭煲推广、九阳 K 系列豆浆机推广、戴森吹风机推广；③通讯类：手机推广；④美容类：家用焕氧活肤仪推广。	10
		设计新品新媒体营销推广方案（线上为主、线下为辅）	①食品类：味可滋酸奶推广、老干妈番茄辣酱推广、麻辣王子推广、康师傅藤椒方便面推广；②酒茶类：宋代官窖酒推广、一品仙品牌推广、哇哈哈安化黑茶推广；③手机电脑类：小米 9 手机推广、华为笔记本；④智能家电：科沃斯扫地机器人	10

一、市场调研模块

1.试题编号：1-1，设计大学生手机市场需求调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

智能手机的普及给人们的生活带来了极大的便利，也占有了人们大量的时间。年轻人，尤其是大学生已悄悄成为智能手机新的消费人群。越来越多的商家也已开始把大学生作为手机购买群中最重要的消费群体之一，最为明显的现象就是每个大学生的手中至少会拥有一台手机。《2018 中国大学生网络生态和消费行为报告》显示，中国高校校园市场总规模达到 9449.98 亿元，接近万亿规模，大学生消费正在形成消费品牌国产化，消费渠道多元化，移动支付主流化的趋势。其中，2018 年中国在校大学生月均基本生活费约为 1325.50 元，日常三餐、人际交往、服装配饰是消费支出最多的三项。

以上的现象和数据足以说明大学生手机市场容量大。

【考核任务】

某一手机厂商为了了解大学生对手机的需求，以便占据更多的大学生市场，决定对大学生手机的需求开展一次调研。现请你以湖南大学生市场为目标，设计一份大学生手机需求调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于 15 个，其中开放式问卷 1-2 个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备

<table>
<tr><td>人员</td><td>每个场地配备监考人员 2 名</td><td>必备</td></tr>
</table>

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="13">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="13">调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="11">具体内容</td><td>封面完整</td><td>7</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）</td></tr>
<tr><td>调研目的</td><td>5</td><td>目的明确,表述较为准确</td></tr>
<tr><td>调研对象</td><td>5</td><td>具有针对性，确定合理，描述基本准确。</td></tr>
<tr><td>调研项目与内容</td><td>8</td><td>要求符合调研目的（2 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）。</td></tr>
<tr><td>调研方式与方法</td><td>10</td><td>调研对象选定的方式（3 分）和调研资料收集的方法（3 分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4 分）。</td></tr>
<tr><td>调研组织及人员安排</td><td>5</td><td>调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（3 分）</td></tr>
<tr><td>时间安排</td><td>5</td><td>各阶段时间安排设计合理</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>3</td><td>经费预算科学（1 分）与详尽（2 分）</td></tr>
<tr><td rowspan="3">问卷设计 22</td><td>2</td><td>问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣 0.5 分）</td></tr>
<tr><td>8</td><td>提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣 1 分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占 80%以上（2 分）。封闭式问题答</td></tr>
</table>

				案设计符合穷尽与互斥的原则（1 分）。	
			3	问题顺序设计：整体逻辑性（1 分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1 分）；开放式问句放在后面。（1 分）	
			3	问句数量（3 分）：不少于 15 个问句（开放式问句 1—2 个）。（少一个扣 0.5 分）	
			3	问卷的可行性：问题的充分性（1 分）和必要性（2 分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
合计			100 分		

2.试题编号：1-2，设计大学生电脑需求情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

随着信息技术的高速发展，电脑已成为每个大学生的生活必备品，越来越多的大学生不仅使用电脑，更多的人已经拥有自己的电脑，大学生是不可忽视的消费群体。

第二，每年高校学生数量的扩招，对每家电脑销售商来说，庞大的大学生群体已成为了电脑销售商必争之地。

第三，随着电脑价格的下降，大学校园中很大一部分的学生已经具备购置电脑的能力。如何挖掘大学生电脑需求市场，已成为了联想、华为、苹果、戴尔、宏基等多家电脑厂商所要研究和考虑的问题。

【考核任务】

为了挖掘大学生对电脑需求市场，了解当前大学生对电脑需求状况，帮助电脑企业和销售商制定合适的营销对策，更好、更快地扩大市场份额，就必须了解大学生对电脑的真正需求。现请你以湖南大学生为目标市场，为某一电脑厂商或销售商设计一份大学生电脑市场需求调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，

问句数量不少于 15 个，其中开放式问卷 1-2 个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="9">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="9">调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="7">具体内容</td><td>封面完整</td><td>7</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）</td></tr>
<tr><td>调研目的</td><td>5</td><td>目的明确,表述较为准确</td></tr>
<tr><td>调研对象</td><td>5</td><td>具有针对性，确定合理，描述基本准确。</td></tr>
<tr><td>调研项目与内容</td><td>8</td><td>要求符合调研目的（2 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）。</td></tr>
<tr><td>调研方式与方法</td><td>10</td><td>调研对象选定的方式（3 分）和调研资料收集的方法（3 分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4 分）。</td></tr>
<tr><td>调研组织及人员安排</td><td>5</td><td>调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（3 分）</td></tr>
<tr><td>时间安排</td><td>5</td><td>各阶段时间安排设计合理</td></tr>
</table>

		经费预算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
		问卷设计 22	2	问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣0.5分）	
			8	提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣1分）	
			3	提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以上（2分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1分）。	
			3	问题顺序设计：整体逻辑性（1分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1分）；开放式问句放在后面。（1分）	
			3	问句数量（3分）：不少于15个问句（开放式问句1—2个）。（少一个扣0.5分）	
			3	问卷的可行性：问题的充分性（1分）和必要性（2分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
合计			100分		

3.试题编号：1-3，设计糕点需求调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

随着人们生活节奏的加快,传统的早餐观念也在逐步转变,面包、蛋糕等西式糕点会越来越受到青睐。由于人们的这种饮食习惯的改变,我们蛋糕的市场潜力巨大，有着广阔的发展空间。

但因糕点行业技术门槛较低,市场上出现了越来越多的品牌糕点,以长沙为例，出现最多的品牌糕点为：仟吉、罗莎、马里奥等。每一个企业为了打造品牌都投入了大量人力和物力来扩大品牌影响力,从而占领更多的市场份额。

【考核任务】

为了了解消费者对糕点的需求，以便更好地为消费者提供服务。某一糕点企业决定开展一次市场调研。现请你以湖南市场为目标，设计一份糕点需求调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织

与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于15个，其中开放式问卷1-2个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="7">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="7">调研方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="5">具体内容</td><td>封面完整</td><td>7</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4分）</td></tr>
<tr><td>调研目的</td><td>5</td><td>目的明确,表述较为准确</td></tr>
<tr><td>调研对象</td><td>5</td><td>具有针对性，确定合理，描述基本准确。</td></tr>
<tr><td>调研项目与内容</td><td>8</td><td>要求符合调研目的（2分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6分）。</td></tr>
<tr><td>调研方式与方法</td><td>10</td><td>调研对象选定的方式（3分）和调研资料收集的方法（3分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4分）。</td></tr>
</table>

		调研组织及人员安排	5	调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（3 分）	
		时间安排	5	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	3	经费预算科学（1 分）与详尽（2 分）	
		问卷设计 22	2	问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣 0.5 分）	
			8	提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣 1 分）	
			3	提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占 80%以上（2 分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1 分）。	
			3	问题顺序设计：整体逻辑性（1 分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1 分）；开放式问句放在后面。（1 分）	
			3	问句数量（3 分）：不少于 15 个问句（开放式问句 1—2 个）。（少一个扣 0.5 分）	
			3	问卷的可行性：问题的充分性（1 分）和必要性（2 分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
合计			100 分		

4.试题编号：1-4，设计后勤服务满意度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

随着高校招生人数每年的增加，学生与教师来源城市也各不同，服务出现了“众口难调”的现象，高校后勤服务管理工作难度越来越大。一个学校的后勤工作又是学校发展与建设的一个重要部分，是与学生和教师密切相关的部分。后勤服务的质量关系到学生的生活质量。想要建设一个优秀的学校，就不可忽视后勤服务建设的重要性。

【考核任务】

为了提升学校后勤服务质量，更好地倾听师生心声和利益诉求，全面查找后勤服务过程中存在的问题，某一学校后勤部决定开展一次调研。现请你已你校为目标市场，开展一次市场调研，设计一份后勤满意度调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，

调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于15个，其中开放式问卷1-2个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="6">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="6">调研方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="4">具体内容</td><td>封面完整</td><td>7</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4分）</td></tr>
<tr><td>调研目的</td><td>5</td><td>目的明确,表述较为准确</td></tr>
<tr><td>调研对象</td><td>5</td><td>具有针对性，确定合理，描述基本准确。</td></tr>
<tr><td>调研项目与内容</td><td>8</td><td>要求符合调研目的（2分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6分）。</td></tr>
</table>

		调研方式与方法	10	调研对象选定的方式（3分）和调研资料收集的方法（3分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4分）。	
		调研组织及人员安排	5	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（3分）	
		时间安排	5	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
		问卷设计22	2	问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣0.5分）	
			8	提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣1分）	
			3	提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以上（2分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1分）。	
			3	问题顺序设计：整体逻辑性（1分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1分）；开放式问句放在后面。（1分）	
			3	问句数量（3分）：不少于15个问句（开放式问句1—2个）。（少一个扣0.5分）	
			3	问卷的可行性：问题的充分性（1分）和必要性（2分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
合计			100分		

5.试题编号：1-5，设计大学生旅游市场需求调研

（1）任务描述

【背景资料】

随着我国GDP增速放缓，我国经济转向了高质量的发展阶段，人们消费水平在不断提高，其生活方式也发生了转变，消费结构升级，品质消费不断提升，美好生活需要日益增长，旅游市场成为了大众生活中一项不可少的活动，旅游业对经济增长拉动作用增强。大学生作为一个特殊的人群，具有：人数多、基数大，旅游动机强烈，闲暇时间较多，可支配收入日益增多等现象。这些现象足以说明大学生是旅游市场中的重要的生力军。

据《2018中国旅游行业发展报告》显示：2013年国内旅游市场

旅游人数为33亿人次，每年都保持了两位数的增长速度，2018年国内旅游市场旅游人数达到55亿人次，国内旅游收入达到5.13万亿元，其中35岁及以下用户比例达到了70.2%，与2017年相比，19岁以下（00后）旅游用户占比增长最快，00后成为了旅游市场的新势力。

随着互联网的普及，人们的消费方式也在悄悄发生改变，线上购买线上支付已成为了常见事，尤其是大学生群体在出行与消费方式与移动互联网已密不可分。在移动互联网背景下，研究大学生旅游行为特征，设计和开发符合当前大学生需求的旅游产品，为他们提供更加优惠、便利、舒适的旅游产品显得很有必要。

【考核任务】

为了能够满足大学生对旅游市场的需求，设计和开发更多的旅游产品，某一旅行社公司决定开展一次市场调研。现请你以湖南为目标市场，设计一份大学生旅游市场需求市场方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于15个，其中开放式问卷1-2个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注

<table>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="16">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="16">调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="14">具体内容</td><td>封面完整</td><td>7</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）</td></tr>
<tr><td>调研目的</td><td>5</td><td>目的明确,表述较为准确</td></tr>
<tr><td>调研对象</td><td>5</td><td>具有针对性，确定合理，描述基本准确。</td></tr>
<tr><td>调研项目与内容</td><td>8</td><td>要求符合调研目的（2 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）。</td></tr>
<tr><td>调研方式与方法</td><td>10</td><td>调研对象选定的方式（3 分）和调研资料收集的方法（3 分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4 分）。</td></tr>
<tr><td>调研组织及人员安排</td><td>5</td><td>调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（3 分）</td></tr>
<tr><td>时间安排</td><td>5</td><td>各阶段时间安排设计合理</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>3</td><td>经费预算科学（1 分）与详尽（2 分）</td></tr>
<tr><td rowspan="6">问卷设计 22</td><td>2</td><td>问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣 0.5 分）</td></tr>
<tr><td>8</td><td>提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣 1 分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占 80%以上（2 分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1 分）。</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问题顺序设计：整体逻辑性（1 分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1 分）；开放式问句放在后面。（1 分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问句数量（3 分）：不少于 15 个问句（开放式问句 1—2 个）。（少一个扣 0.5 分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问卷的可行性：问题的充分性（1 分）和必要性（2 分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。</td></tr>
</table>

合计	100 分	

6. 试题编号：1-6，设计大学生恋爱观情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

爱情，人类永恒的话题。随着高校“禁婚令”的解除，在校大学生结婚的现象时有报道。大学生婚恋是一个涉及教育、法律的社会问题。每所高校在《思想道德修养与法律基础》课程中都有相关的专题学习。近些年来，在校大学生谈恋爱现象十分普遍，绝大多数的恋爱都是以失败为结局。而由恋爱引发的各种问题也越来越多，越来越复杂，这些问题对大学生的学业和身心健康都带来了严重的影响。这些问题的产生主要是当前大学生没有树立正确健康的恋爱观所造成。

恋爱来源于友谊而高于友谊。作为当代大学生，不应将时间都耗费在恋爱中，应明确自己的目标，坚定自身信仰，以学业为主，大力提高自身各方面能力，并在此基础上合理分配时间，做好恋爱与学业之间的相互协调，树立正确的恋爱观尤为重要。

大学生在刚刚踏入大学校园，对未来有许多美好的憧憬，对爱情同时也是充满了美好的想象，学会理性的处理好因爱情而引起的一系列矛盾与选择十分重要。

【考核任务】

为了了解大学生的恋爱心理与恋爱行为，从而引导大学生树立科学合理的恋爱观，某一学校决定开展一次大学生恋爱观调研。现请你以湖南省高校为调研对象，设计一份大学生恋爱观情况调研。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于 15 个，

其中开放式问卷 1-2 个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="10">调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="8">具体内容</td><td>封面完整</td><td>7</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）</td></tr>
<tr><td>调研目的</td><td>5</td><td>目的明确,表述较为准确</td></tr>
<tr><td>调研对象</td><td>5</td><td>具有针对性，确定合理，描述基本准确。</td></tr>
<tr><td>调研项目与内容</td><td>8</td><td>要求符合调研目的（2 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）。</td></tr>
<tr><td>调研方式与方法</td><td>10</td><td>调研对象选定的方式（3 分）和调研资料收集的方法（3 分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4 分）。</td></tr>
<tr><td>调研组织及人员安排</td><td>5</td><td>调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（3 分）</td></tr>
<tr><td>时间安排</td><td>5</td><td>各阶段时间安排设计合理</td></tr>
</table>

		经费预算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
		问卷设计 22	2	问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣 0.5 分）	
			8	提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣 1 分）	
			3	提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占 80%以上（2 分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1 分）。	
			3	问题顺序设计：整体逻辑性（1 分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1 分）；开放式问句放在后面。（1 分）	
			3	问句数量（3 分）：不少于 15 个问句（开放式问句 1—2 个）。（少一个扣 0.5 分）	
			3	问卷的可行性：问题的充分性（1 分）和必要性（2 分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
合计			100 分		

7.试题编号：1-7，设计大学生网购情况调研

（1）任务描述

【背景资料】

网络已渗透大学生生活的各个方面，网络购物作为一种新的购物方式，以其便捷的特点吸引着越来越多的消费者。新常态时期大学生网购呈现出网购规模不断扩大、价格敏感度下降、社交型网购广泛流行、折扣信息消费四大特点，并伴随着网购消费接触意愿降低、世俗化倾向严重、法制意识观念淡薄等问题。大学生在不同历史阶段有着不同的网购特点和问题。

根据《中国互联网络发展状况统计报告》截至 2018 年 12 月，中国网民规模达8.29亿，全年新增网民5653万，互联网普及率为59.6%，较 2017 年底提升 3.8%。截至 2018 年 12 月，网络视频用户规模达 6.12 亿，较 2017 年底增加 3309 万，占网民整体的 73.9%。手机网络视频用户规模达 5.90 亿，较 2017 年底增加 4101 万，占手机网民的 72.2%。

网购增速保持稳定，2017 年全国网络购物零售额 71751 亿元，

比上年增长32.2%，2018年我国网络零售市场规模持续扩大，零售额突破9万亿元，其中实物商品网上零售额7万亿元，同比增长25.4%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达45.2%，较上年提升7.3个百分点。

【考核任务】

为了了解当前大学生网购情况和所出现的问题，为企业经营决策提供数据，A企业决定开展一次市场调研。现请你以湖南为目标市场，设计一份大学生网购情况调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于15个，其中开放式问卷1-2个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）	20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者

				好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	本项目记 0 分。
作品（80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）	
		调研目的	5	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	5	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
		调研项目与内容	8	要求符合调研目的（2 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）。	
		调研方式与方法	10	调研对象选定的方式（3 分）和调研资料收集的方法（3 分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4 分）。	
		调研组织及人员安排	5	调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（3 分）	
		时间安排	5	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	3	经费预算科学（1 分）与详尽（2 分）	
		问卷设计 22	2	问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣 0.5 分）	
			8	提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣 1 分）	
			3	提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占 80%以上（2 分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1 分）。	
			3	问题顺序设计：整体逻辑性（1 分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1 分）；开放式问句放在后面。（1 分）	
			3	问句数量（3 分）：不少于 15 个问句（开放式问句 1—2 个）。（少一个扣 0.5 分）	
			3	问卷的可行性：问题的充分性（1 分）和必要性（2 分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
合计			100 分		

8.试题编号：1-8，设计大学生兼职情况调研

（1）任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地适应社会，很多在校大学生选择了从事兼职工作，一方面缓解了家庭的经济压力，更重要的是在一定程度上接触了社会，获取了一些工作经验，提高了自己的综合实力。大学生兼职已是大学校园里的一种普遍现象，其存在很久，已经成为大学生生活的有机组成部分，是一种不可忽视的现象。那么在兼职前和兼职后都会出现各种各样的问题，如：被调研者的基本情况，兼职的时间，兼职的种类，兼职的薪酬，兼职过程中被侵权等等问题。

【考核任务】

为了了解湖南省当前大学生兼职方面的情况，更好地指导大学生进行兼职，某一学校进行了一次大学生兼职情况市场调研。现请你以你校为目标市场，设计一份大学生兼职情况市场调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于 15 个，其中开放式问卷 1-2 个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20 分）	20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致	考核过程中有反党反社会主

				严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
作品（80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）	
		调研目的	5	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	5	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
		调研项目与内容	8	要求符合调研目的（2 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）。	
		调研方式与方法	10	调研对象选定的方式（3 分）和调研资料收集的方法（3 分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4 分）。	
		调研组织及人员安排	5	调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（3 分）	
		时间安排	5	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	3	经费预算科学（1 分）与详尽（2 分）	
		问卷设计 22	2	问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣 0.5 分）	
			8	提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣 1 分）	
			3	提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占 80%以上（2 分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1 分）。	
			3	问题顺序设计：整体逻辑性（1 分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1 分）；开放式问句放在后面。（1 分）	
			3	问句数量（3 分）：不少于 15 个问句（开放式问句 1—2 个）。（少一个扣 0.5 分）	
			3	问卷的可行性：问题的充分性（1 分）和必要性（2 分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
合计			100 分		

9.试题编号：1-9，设计大学生熬夜情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

熬夜已经是大学生中一个普遍的现象。“早睡早起”这个词语离大学生越来越远。然而熬夜所带给大学生的危害是越来越多，如易引发免疫功能失调，导致高血压甚至猝死，伤害眼睛，更易患癌，引发神经衰弱等，这一系列的后果现在的大学生根本觉察不到。

近几年来，高校大学生发生猝死意外的新闻层出不穷，追溯大学生猝死的主要原因，熬夜是第一杀手，是罪魁祸首。血淋淋的案例不停警示年轻人熬夜的危害，为何不少大学生还是对此乐此不疲？

【考核任务】

为了了解大学生熬夜情况，帮助大学生正确安排自己的作息时间，并关注自己的健康，某学校进行了一次大学生熬夜情况调研。现请你以湖南为目标市场，设计一份大学生熬夜情况调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于 15 个，其中开放式问卷 1-2 个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="16">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="16">调研方案字数不少于1500字，每少 50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="14">具体内容</td><td>封面完整</td><td>7</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4分）</td></tr>
<tr><td>调研目的</td><td>5</td><td>目的明确,表述较为准确</td></tr>
<tr><td>调研对象</td><td>5</td><td>具有针对性，确定合理，描述基本准确。</td></tr>
<tr><td>调研项目与内容</td><td>8</td><td>要求符合调研目的（2分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6分）。</td></tr>
<tr><td>调研方式与方法</td><td>10</td><td>调研对象选定的方式（3分）和调研资料收集的方法（3分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4分）。</td></tr>
<tr><td>调研组织及人员安排</td><td>5</td><td>调研组织设计科学（2分），人员配备合理（3分）</td></tr>
<tr><td>时间安排</td><td>5</td><td>各阶段时间安排设计合理</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>3</td><td>经费预算科学（1分）与详尽（2分）</td></tr>
<tr><td rowspan="6">问卷设计22</td><td>2</td><td>问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣0.5分）</td></tr>
<tr><td>8</td><td>提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣1分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以上（2分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1分）。</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问题顺序设计：整体逻辑性（1分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1分）；开放式问句放在后面。（1分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问句数量（3分）：不少于15个问句（开放式问句1—2个）。（少一个扣0.5分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问卷的可行性：问题的充分性（1分）和必要性（2分），通过问卷能且只能收集到调研目的所</td></tr>
</table>

				需要的市场信息。	
合计			100 分		

10.试题编号：1-10，设计大学生消费能力与偏好调研

（1）任务描述

【背景资料】

大学生群体有自己特殊的特点,同时也存在着一些消费问题。从表面上看,消费是个人行为,但是从更深层的意义上来说,消费心理,消费意向，消费意识，消费嗜好是一种精神文化现象。大学生的消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好与其他社会群体不同。即有旺盛的消费能力又没有经济上的独立,消费行为的超前和消费能力的滞后都影响大学生的消费。从这一意义上说，校园里出现的不良消费所造成的消极影响是不容忽视的。它不仅加重了学生家长的经济负担，影响了家长与学生的感情，还在某种程度上扭曲了校园人际关系，影响学校的正常秩序。而对于学生个人来说，这一时期形成的道德观念可能会影响他一生的消费行为，并且与其人生观、价值观、健全的人格形成与完善密切相关。所以，当前大学生的消费问题值得重视。

【考核任务】

为了了解大学生目前的消费状况与偏好,分析他们的消费构成消费观念，挖掘潜在问题并提出相应有效的改善措施，促进大学生养成良好的消费习惯，树立科学合理的消费观，某一学校决定开展一次市场调研。现请你以湖南为目标市场，设计一份大学生消费能力与偏好调研。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法（要求采用问卷调研法），调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷（问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于 15 个，其中开放式问卷 1-2 个）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；诚实严谨、遵守纪律、尊重评委，独立完成任务；设计方案不违背职业道德与营销伦理，体现信息素养与细致严谨的工作作风；在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="10">调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="8">具体内容</td><td>封面完整</td><td>7</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）</td></tr>
<tr><td>调研目的</td><td>5</td><td>目的明确,表述较为准确</td></tr>
<tr><td>调研对象</td><td>5</td><td>具有针对性，确定合理，描述基本准确。</td></tr>
<tr><td>调研项目与内容</td><td>8</td><td>要求符合调研目的（2 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）。</td></tr>
<tr><td>调研方式与方法</td><td>10</td><td>调研对象选定的方式（3 分）和调研资料收集的方法（3 分）选择合理，表述具体。采用抽样调研的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（4 分）。</td></tr>
<tr><td>调研组织及人员安排</td><td>5</td><td>调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（3 分）</td></tr>
<tr><td>时间安排</td><td>5</td><td>各阶段时间安排设计合理</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>3</td><td>经费预算科学（1 分）与详尽（2 分）</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="6"></td><td rowspan="6"></td><td rowspan="6">问卷设计
22</td><td>2</td><td>问卷构成：具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。（少一项扣 0.5 分）</td><td rowspan="7"></td></tr>
<tr><td>8</td><td>提问项目设计：问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣 1 分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>提问设计方法：要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占 80%以上（2 分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（1 分）。</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问题顺序设计：整体逻辑性（1 分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1 分）；开放式问句放在后面。（1 分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问句数量（3 分）：不少于 15 个问句（开放式问句 1—2 个）。（少一个扣 0.5 分）</td></tr>
<tr><td>3</td><td>问卷的可行性：问题的充分性（1 分）和必要性（2 分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td colspan="2">100 分</td></tr>
</table>

11.试题编号：1-11，汽车消费基本情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

某机构针对长沙地区 1000 有车用户进行了汽车消费基本情况的问卷调查，现将调查资料整理如下：

1、有车用户家庭月收入分析：

表 1：有车用户家庭月收入

家庭收入	比重（%）	累计（%）
7000 元以下	28.26	28.26
7000～8000 元	33.70	61.96
8000～9000 元	10.87	72.83
9000～10000 元	18.48	91.31
10000 元以上	8.69	100.00

2、有车用户家庭结构分析：

表 2：有车用户家庭结构

家庭结构	比重（%）	累计（%）
夫妻	36.96	36.96
与子女同住	34.78	71.74
与父母同住	8.70	80.44
单身	17.39	97.83
其他	2.17	100.00

3、消费者职业构成：

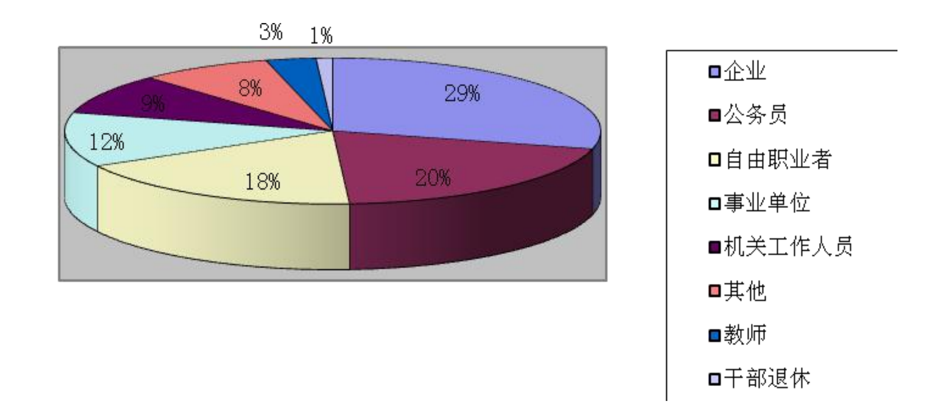


图 1 消费者职业构成情况

4、有车用户年龄及驾龄分析：

在所调查的消费者中，年龄大多在 30～40 岁或是 30 岁以下，所占比重分别为 43%和 28%，也有 23%的消费者年龄在 40～50 岁，仅有 6%的消费者年龄在 50 岁以上。

5. 影响消费者购车的因素

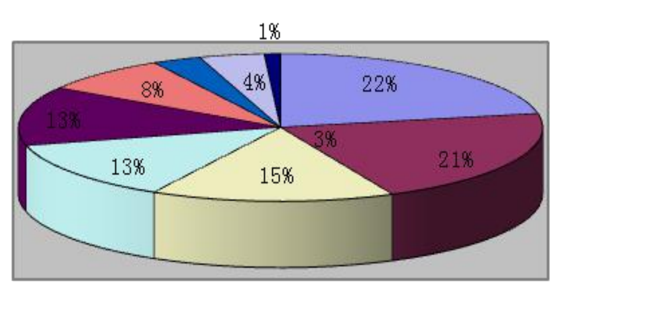


图 2 影响消费者购车的因素

6.消费者获取信息的渠道

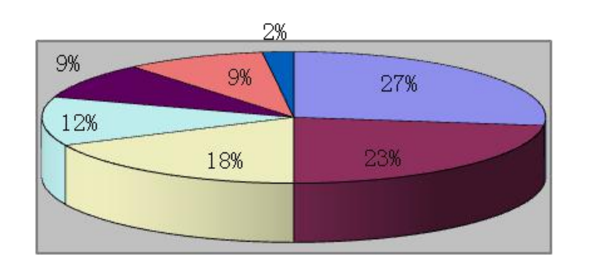
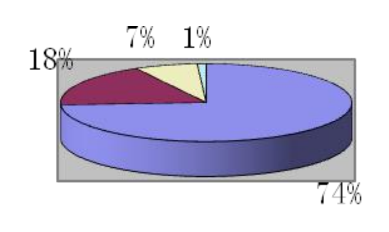


图 3 消费者获取信息的渠道

7、消费者最信赖的购车场所



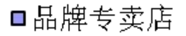


图 4 消费者信赖的购车场所

8. 消费者满意的支付方式

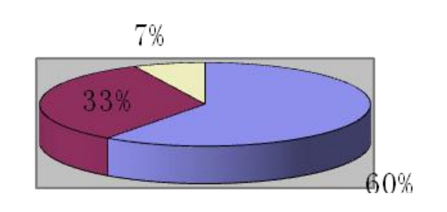


图 5 消费者满意的支付方式

【考核任务】

请根据某机构提供的长沙地区 1000 有车用户汽车消费基本情况数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="4">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="4">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="6">作品（80 分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="6">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="4"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。</td></tr>
</table>

			结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
		附件		5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计				100		

12.试题编号：1-12，苹果产品消费情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

近两年来，苹果产品销售火爆，从iPhone到iPad，每一款新的产品都受到粉丝的追捧，断货情况经常发生。为了更加深入地了解目前中国用户对于苹果产品的消费情况，互联网消费调研中心ZDC在中关村在线网站及微博上投放调查问卷，共回收问卷1301份，通过对用户ID、IP等注册信息及问卷填写完整度的筛选、过滤，得到有效问卷894份。



图1　参与调查者拥有苹果公司产品情况



图 2　参与调查者购买苹果产品情况的消费分布

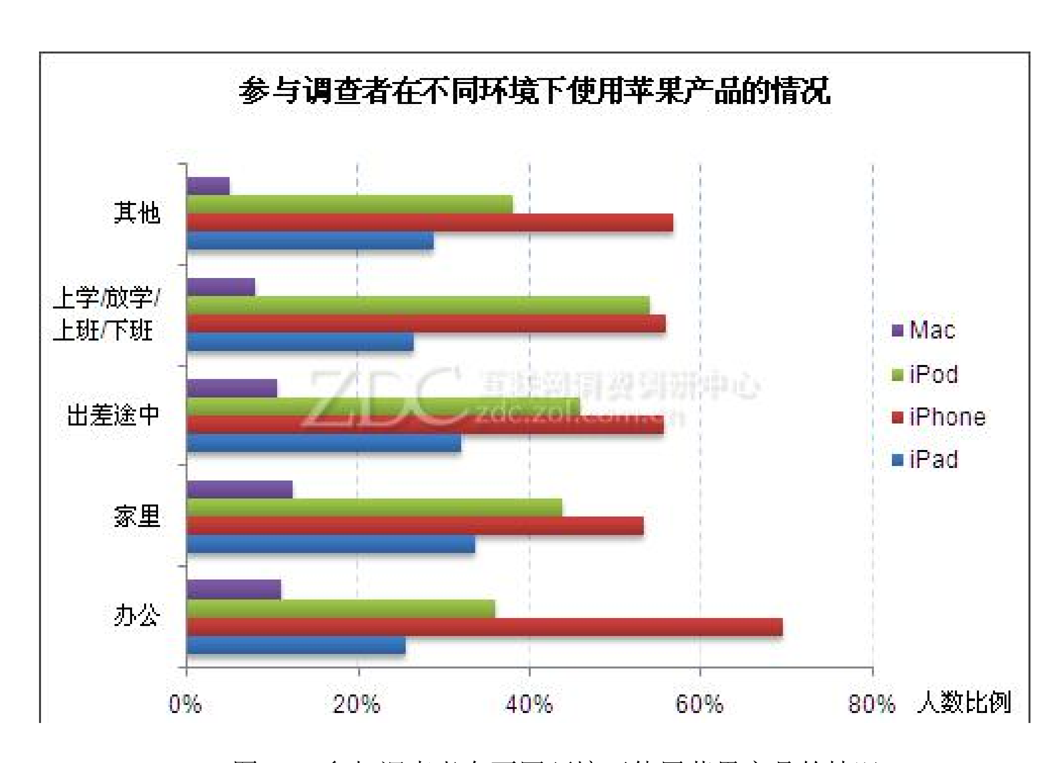


图 3　参与调查者在不同环境下使用苹果产品的情况

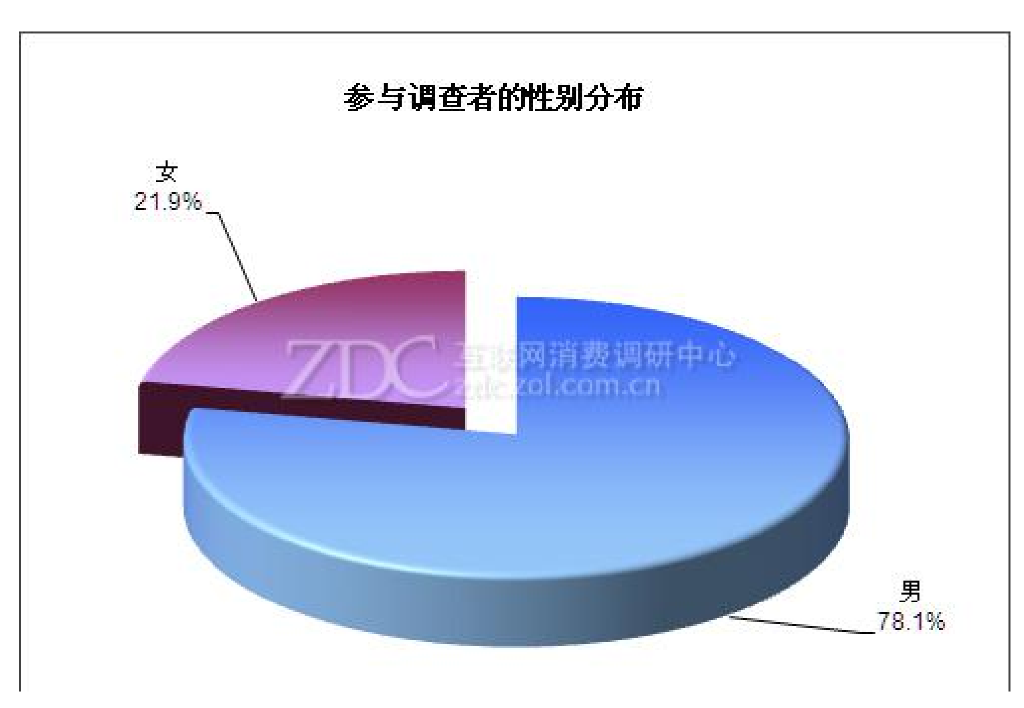


图 4 参与调查者的性别分布

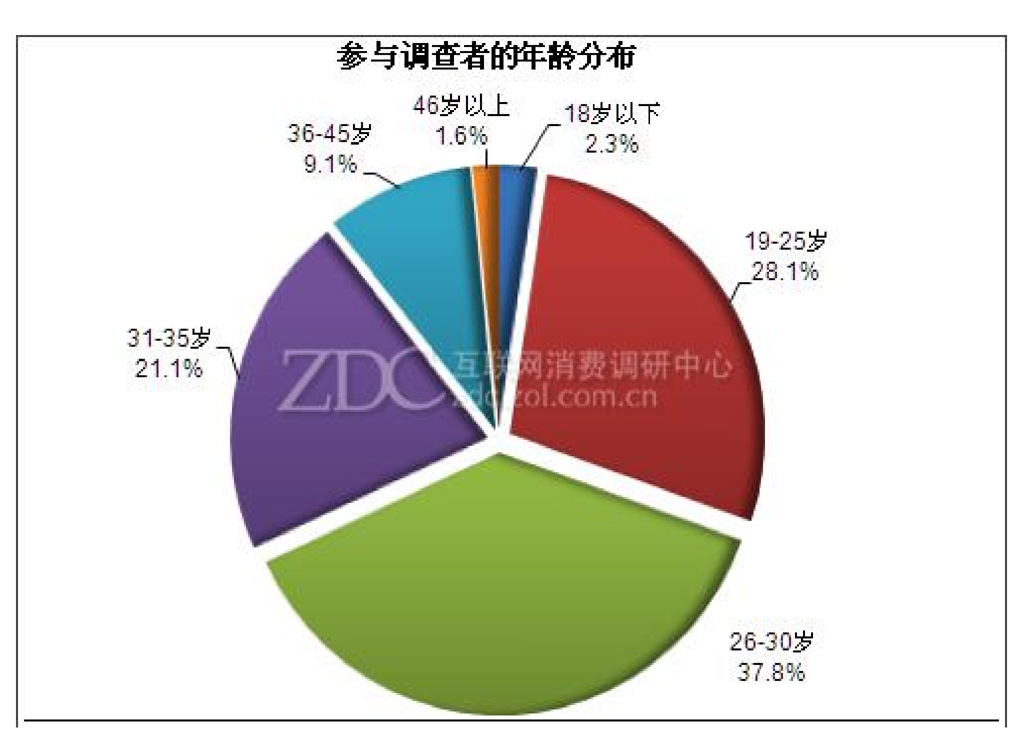


图 5 参与调查者的年龄分布

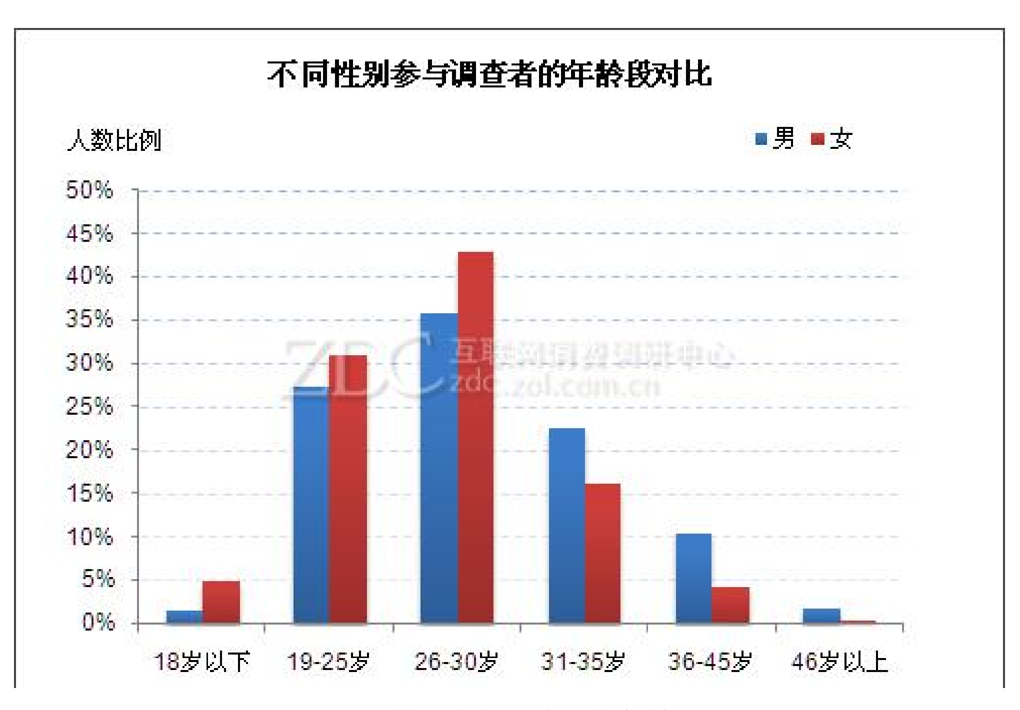


图 6 不同性别参与调查者的年龄段对比

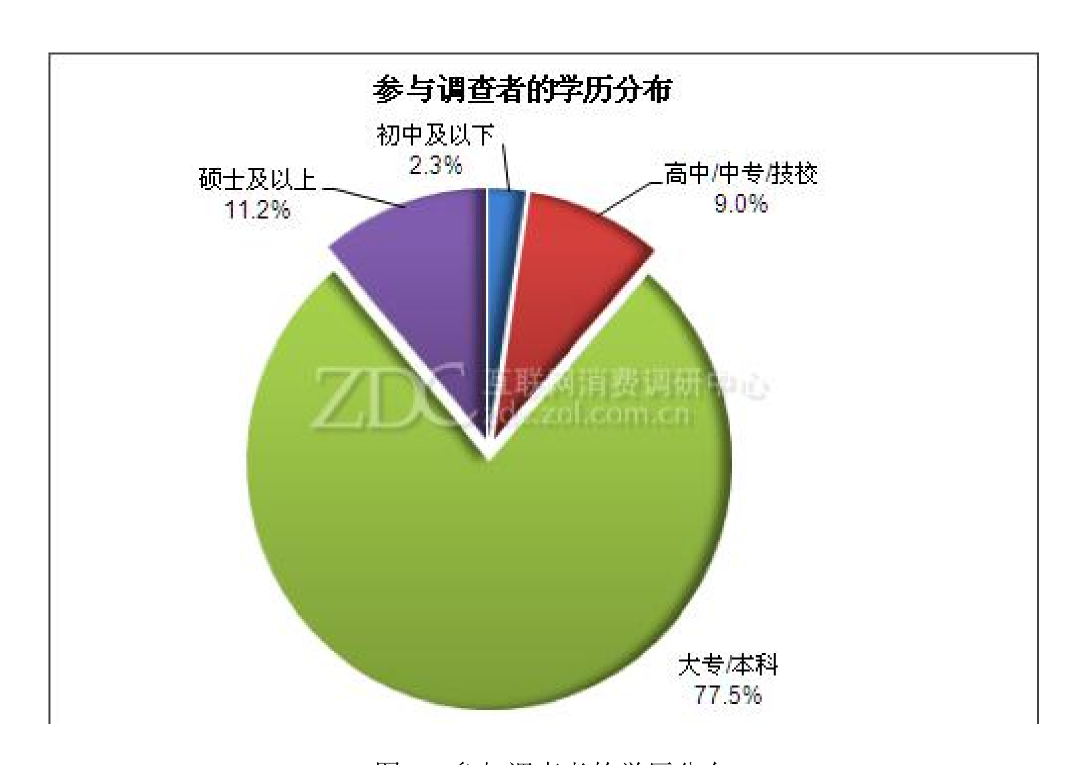


图 7 参与调查者的学历分布

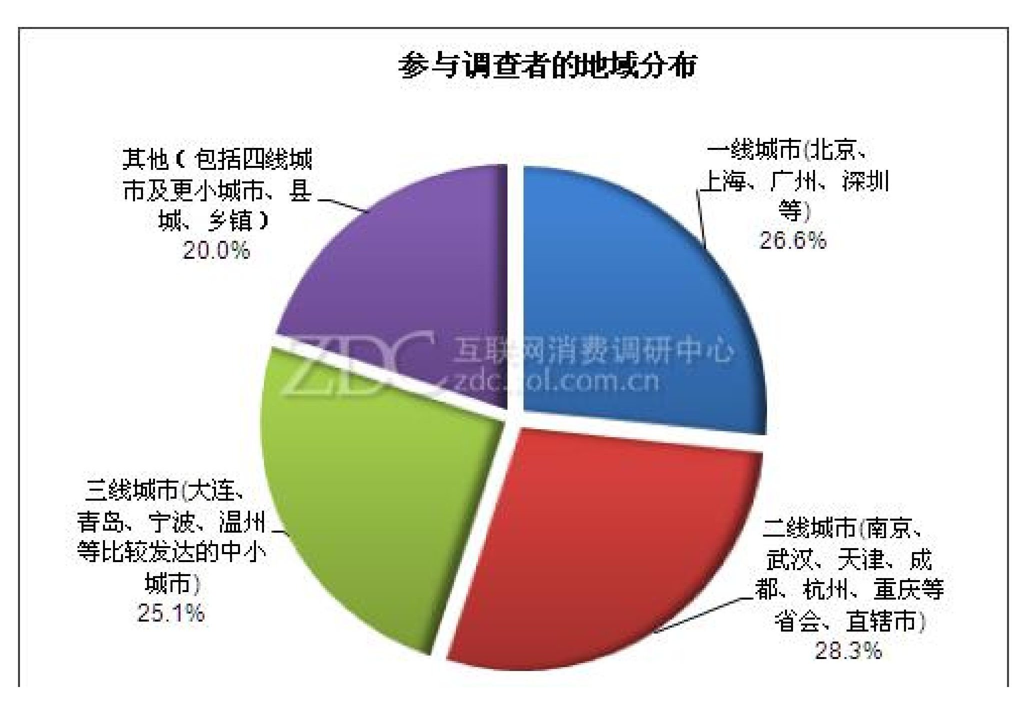


图 8 参与调查者的地域分布

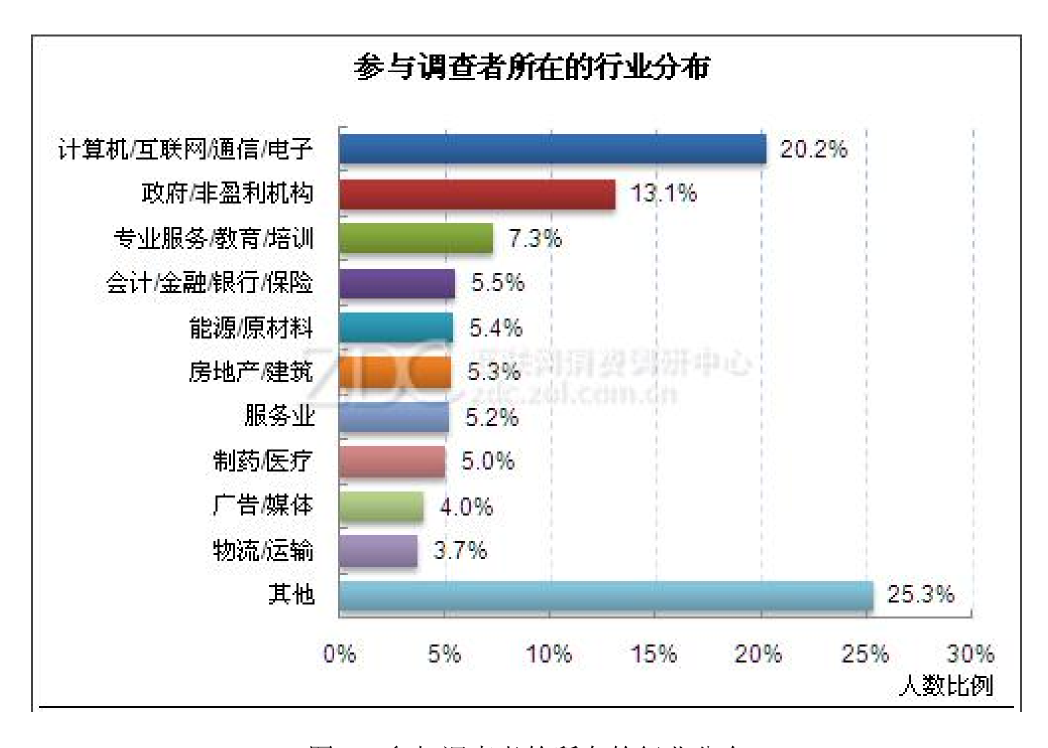


图 9 参与调查者的所在的行业分布

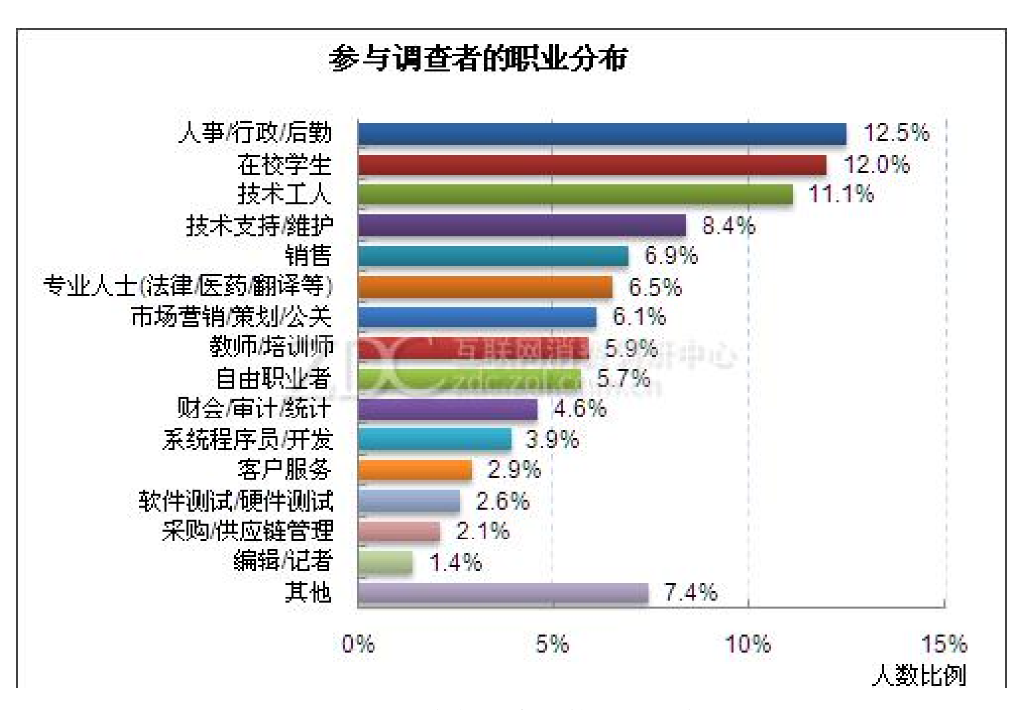


图 10　参与调查者的职业分布

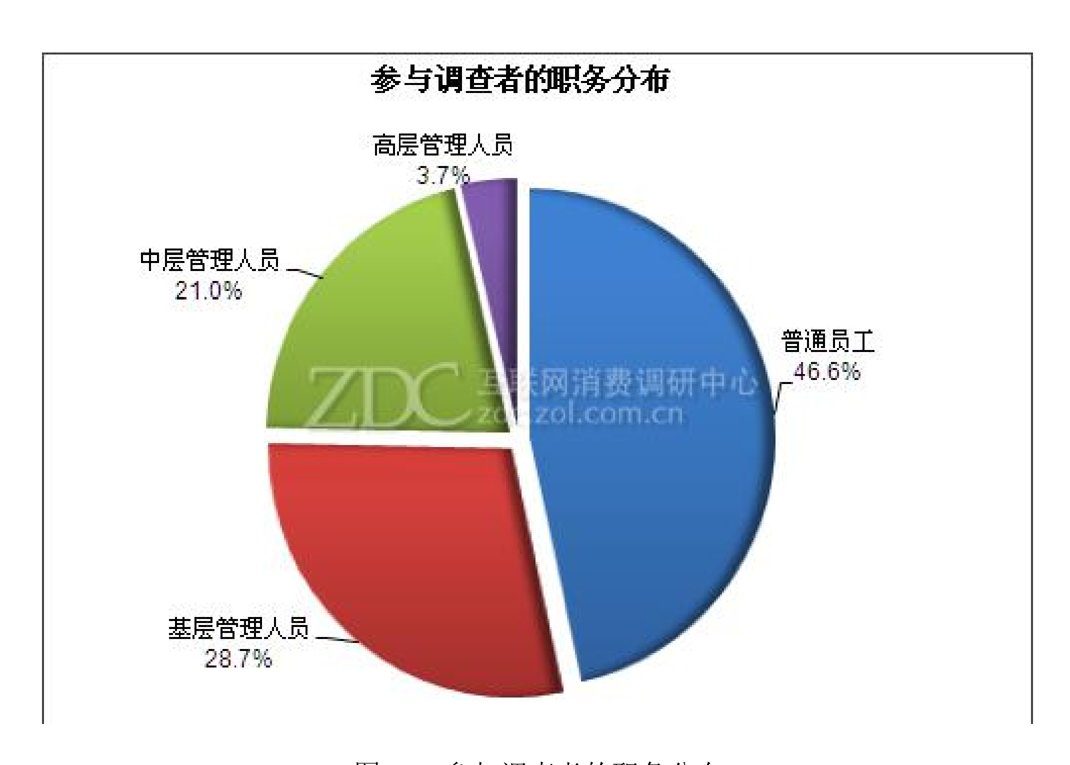


图 11　参与调查者的职务分布

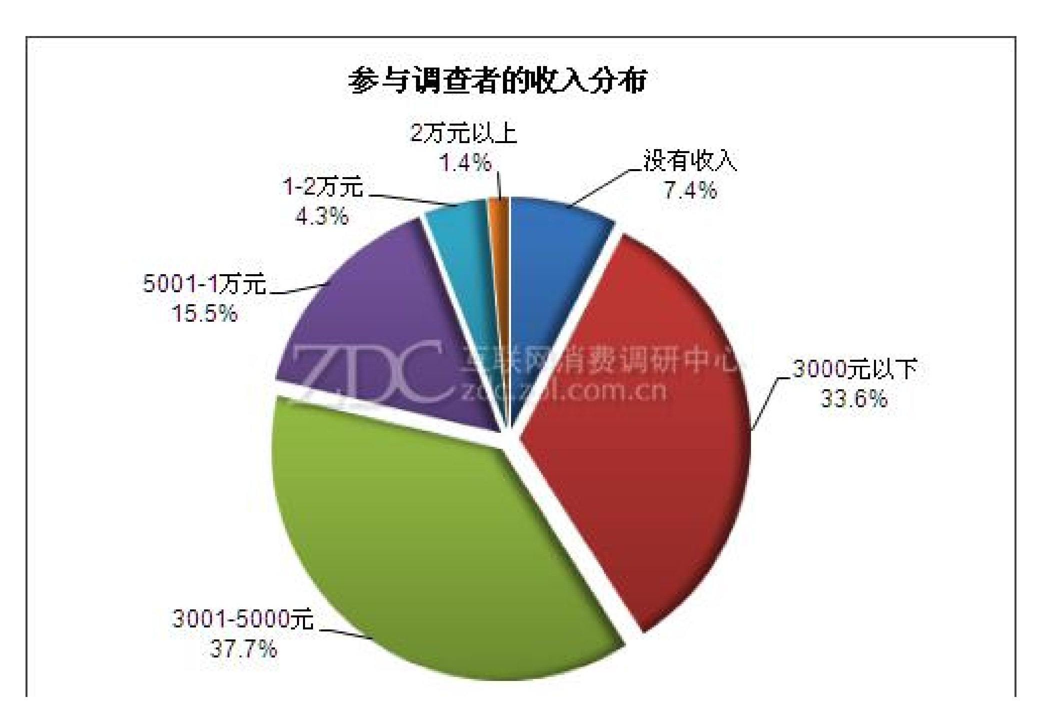


图 12 参与调查者的收入分布

【考核任务】

请根据互联网消费调研中心 ZDC 提供的中国用户对于苹果产品消费情况的调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="4">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="4">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">作品（80 分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="9">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="6"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。</td></tr>
<tr><td>结论及建议</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5 分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5 分，其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分）。</td></tr>
<tr><td colspan="2">附件</td><td>5</td><td>对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。</td></tr>
<tr><td colspan="4">合计</td><td colspan="2">100</td></tr>
</table>

13. 试题编号：1-13，空调市场消费情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

互联网消费调研中心ZDC对中国空调市场进行了一项调查，数据整理如下：

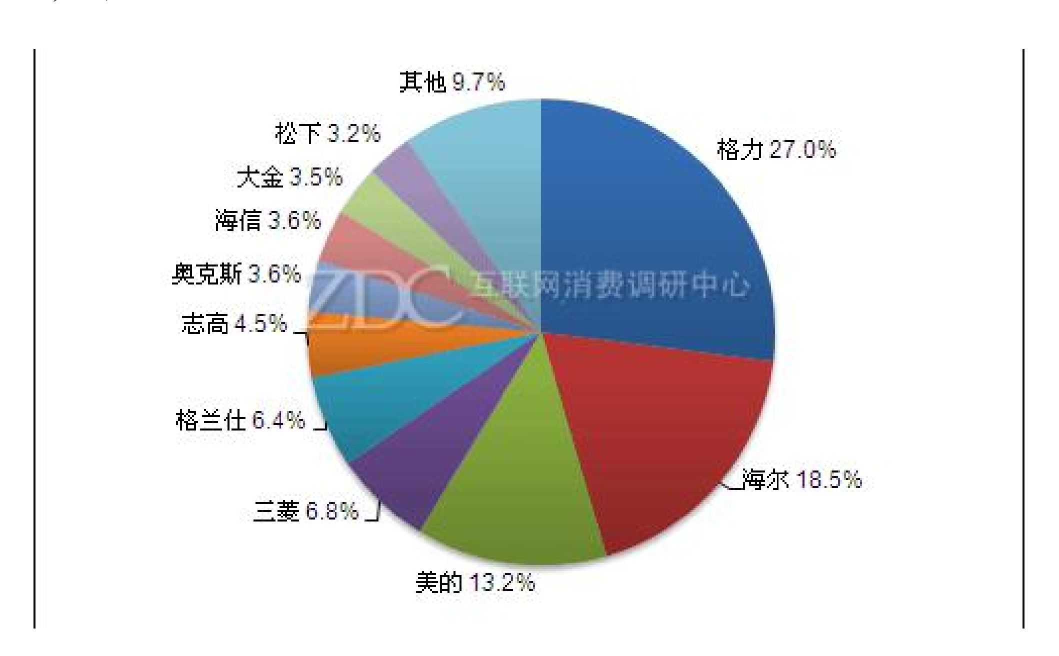


图1：中国空调市场品牌关注比例分布

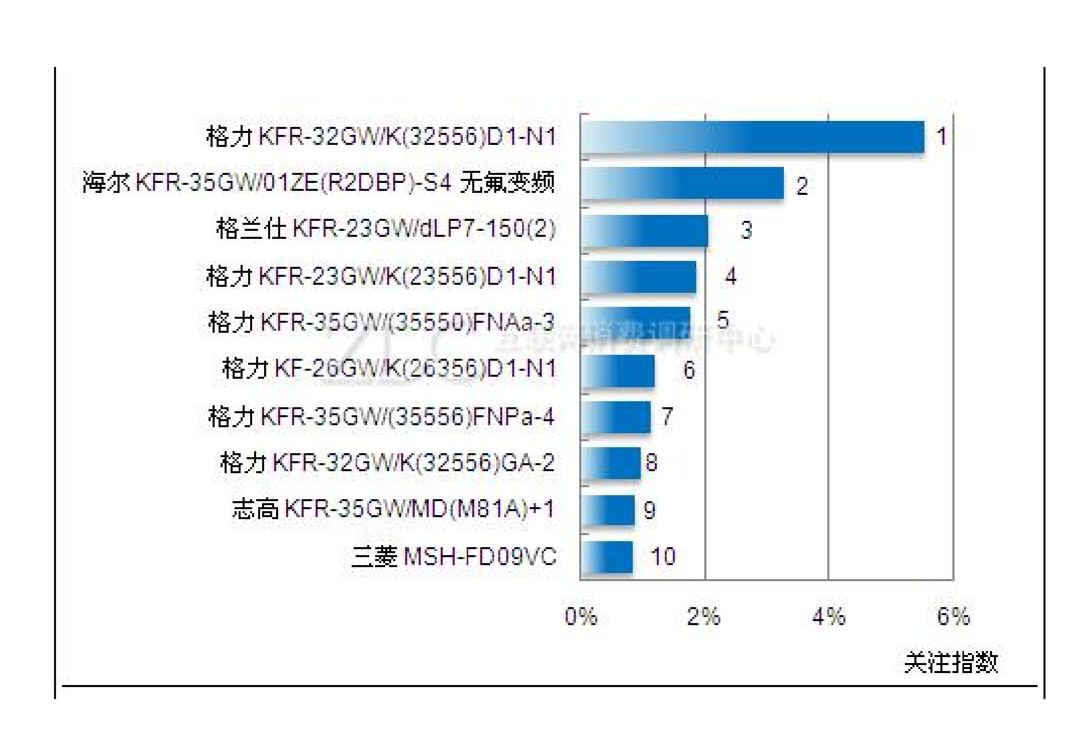


图1：中国空调市场产品关注排名

表2：中国空调市场最受用户关注的十款产品及参数

排名	产品名称	价格	产品类型	功率	是否变频	能效级别
1	格力 KFR-32GW/K(32556)D1-N1	￥2,200	挂式	小 1.5P	定频	1 级
2	海尔 KFR-35GW/01ZE(R2DBP)-S4 无氟变频	￥2,599	挂式	1.5P	变频	4 级
3	格兰仕 KFR-23GW/dLP7-150(2)	￥1,199	挂式	小 1.0P	定频	2 级
4	格力 KFR-23GW/K(23556)D1-N1	￥1,999	挂式	1P	定频	1 级
5	格力 KFR-35GW/(35550)FNAa-3	￥2,999	挂式	1.5P	变频	3 级
6	格力 KF-26GW/K(26356)D1-N1	￥1,750	挂式	大 1.0P	定频	1 级
7	格力 KFR-35GW/(35556)FNPa-4	￥2,899	挂式	大 1.5P	变频	4 级
8	格力 KFR-32GW/K(32556)GA-2	￥2,350	挂式	1.5P	定频	2 级
9	志高 KFR-35GW/MD(M81A)+1	￥1,699	挂式	大 1.5P	定频	1 级
10	三菱 MSH-FD09VC	￥2,995	挂式	大 1.0P	定频	3 级

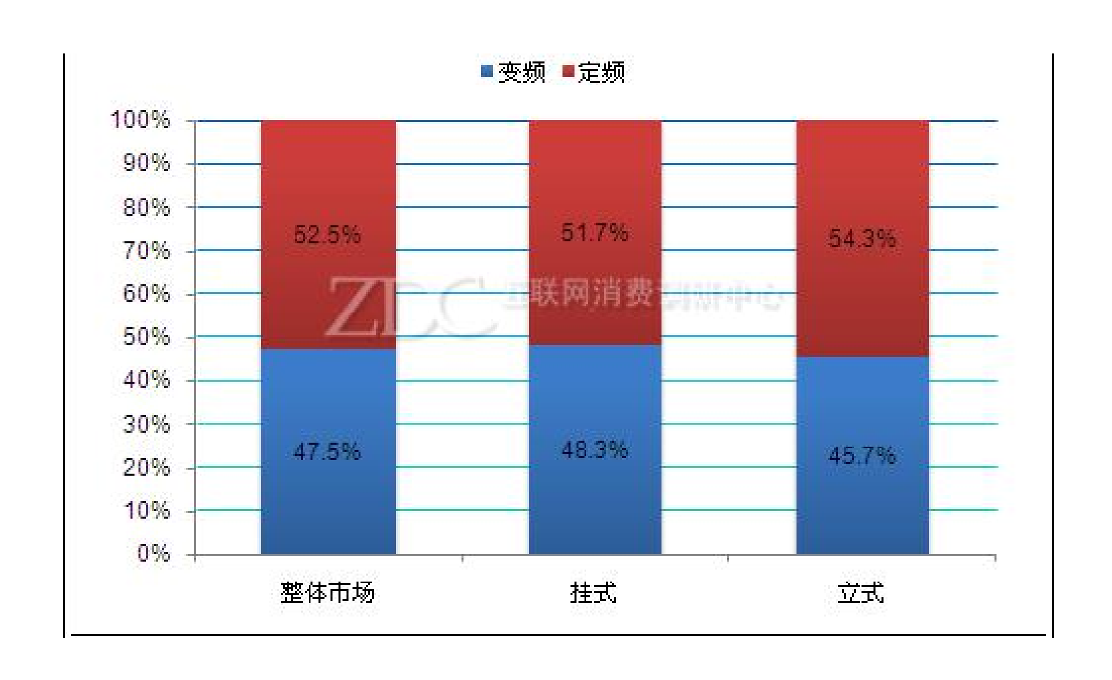


图:2：中国空调市场变频与定频产品关注比例

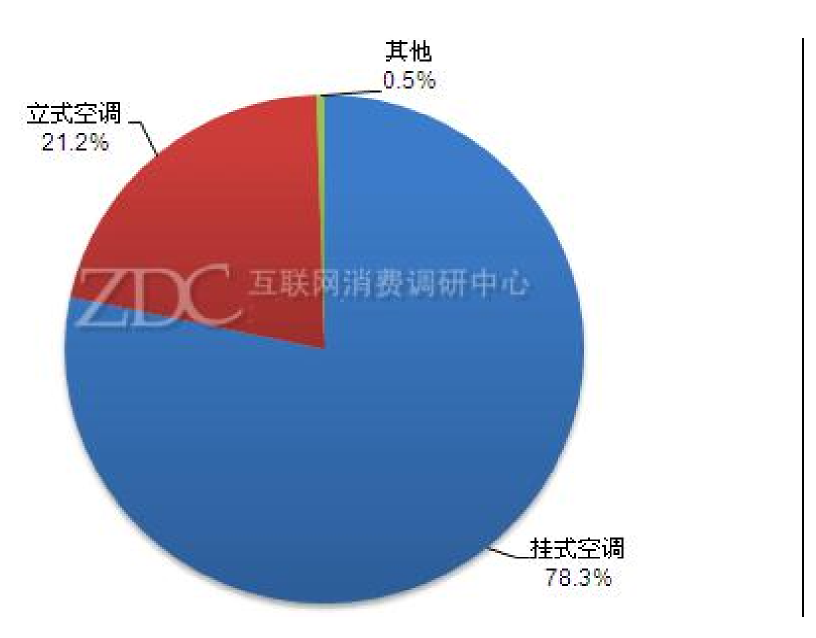


图 3：中国空调市场不同类型产品关注比例

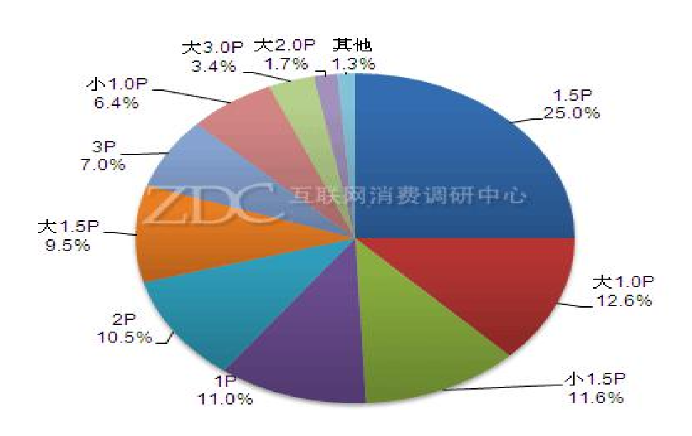


图 4：中国空调市场不同功率产品关注比例

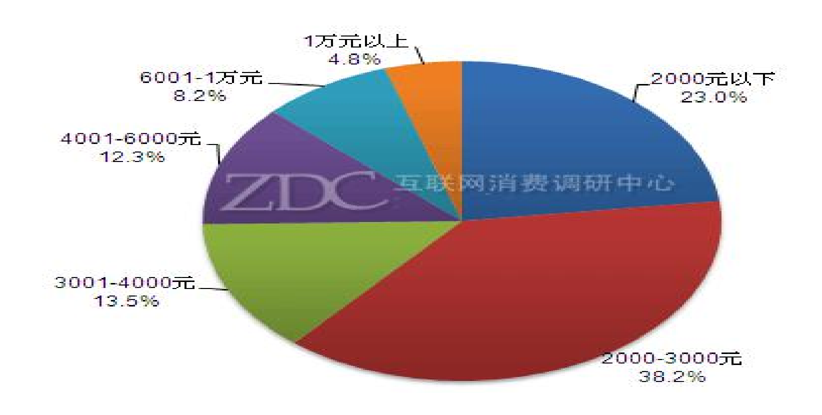


图 5：中国空调市场不同价位段产品关注比例

单冷型
5.7%
冷暖电辅
11.9%
冷暖型
82.4%
ZDC 互联网消费调研中心

图 6：中国空调市场不同冷暖类型产品关注比例

【考核任务】

请根据互联网消费调研中心 ZDC 提供的中国空调市场相关数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="4">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="4">职业素养及
操作规范
（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">作品（80 分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="9">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="6"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。</td></tr>
<tr><td>结论及建议</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5 分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5 分，其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分）。</td></tr>
<tr><td colspan="2">附件</td><td>5</td><td>对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。</td></tr>
<tr><td colspan="4">合计</td><td colspan="2">100</td></tr>
</table>

14.试题编号：1-14，紧凑型车市场用户关注度调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

互联网消费调研中心 ZDC 对中国紧凑型车市场的用户关注度状况进行调查，结果如下：

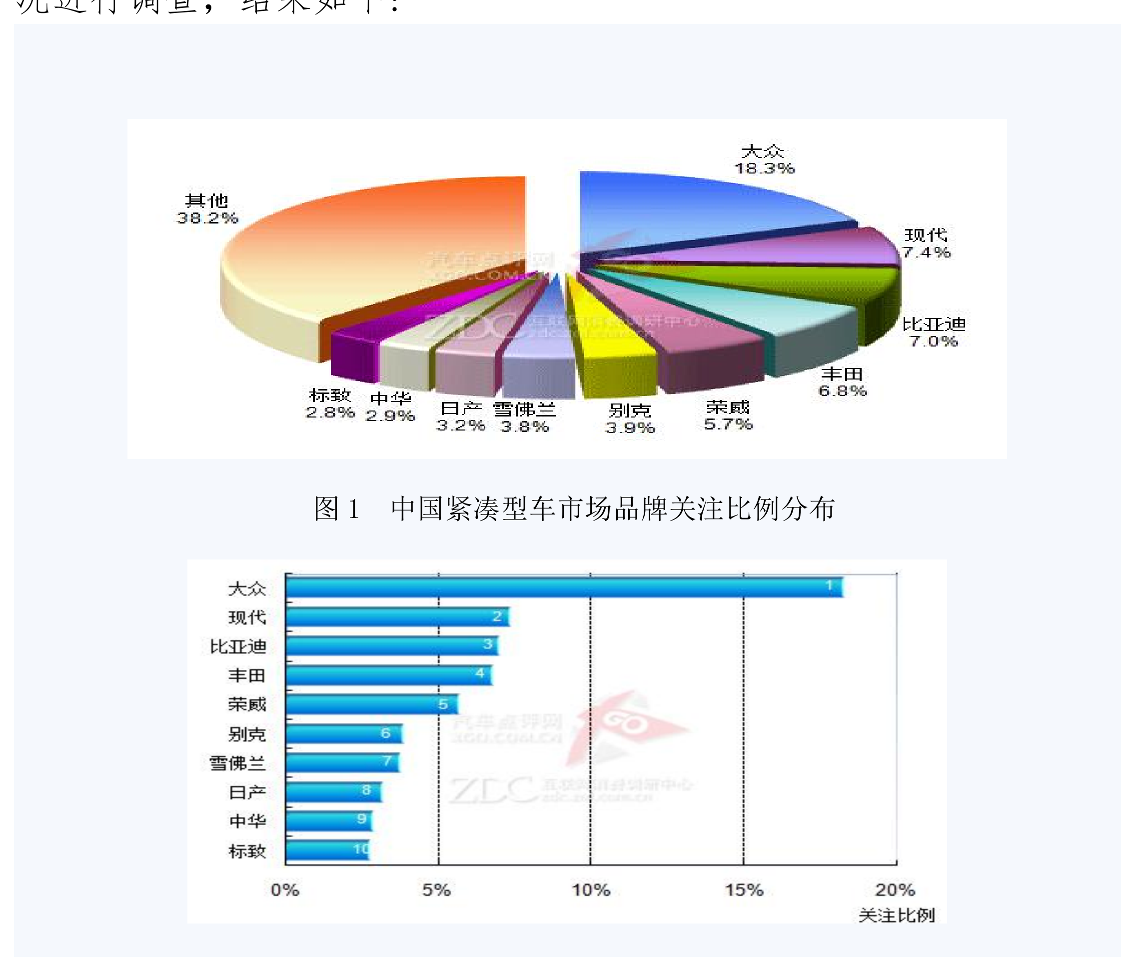


图 1　中国紧凑型车市场品牌关注比例分布

图 2　中国紧凑型车市场品牌关注排名

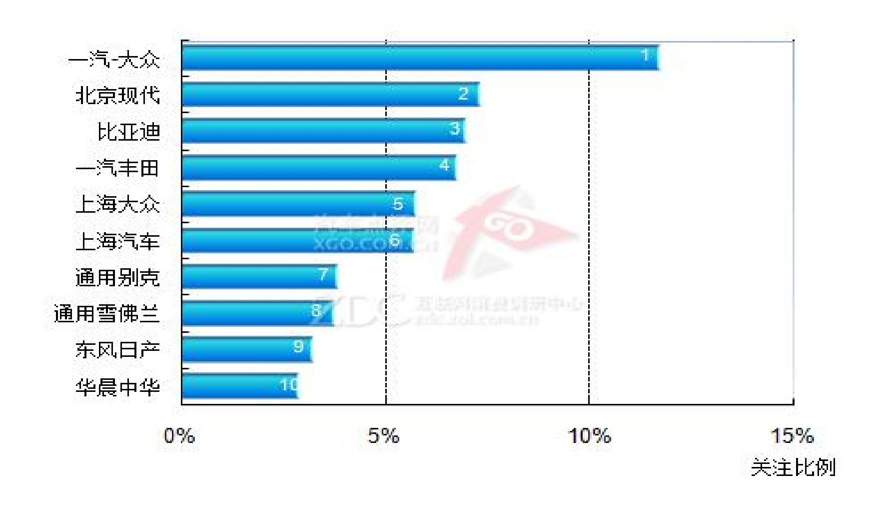


图 3 中国紧凑型车市场厂商关注排名



图 4 中国紧凑型车市场车系关注排名

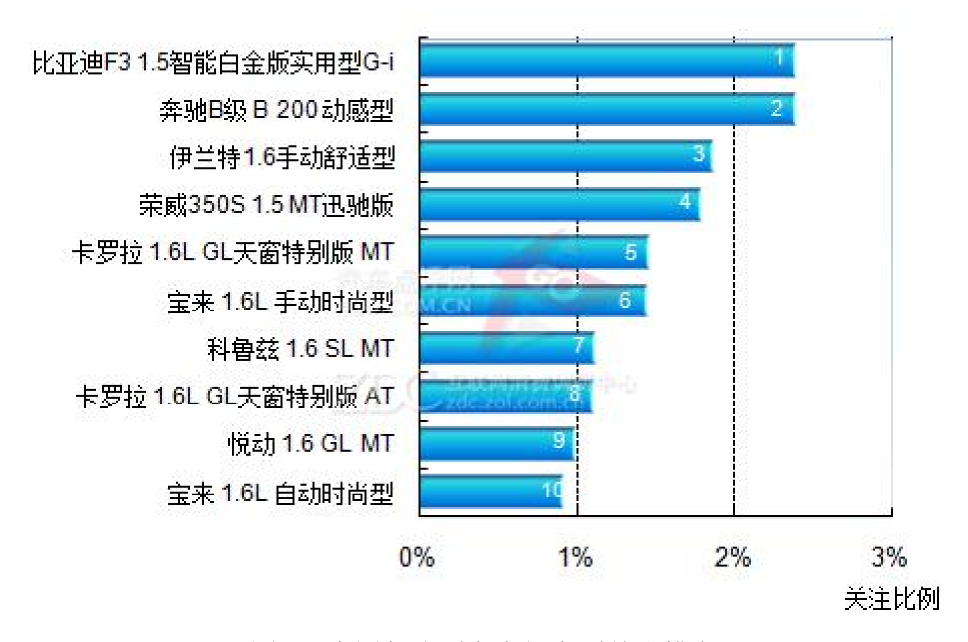


图 5 中国紧凑型车市场车型关注排名

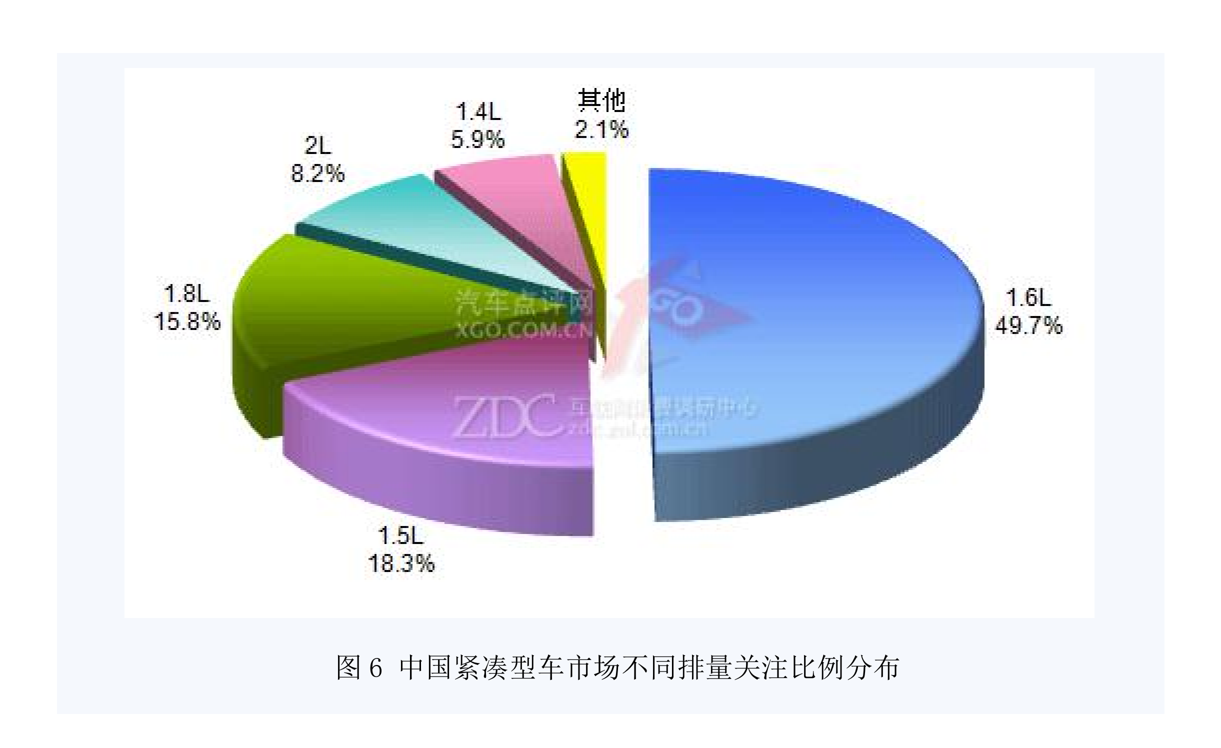


图 6 中国紧凑型车市场不同排量关注比例分布

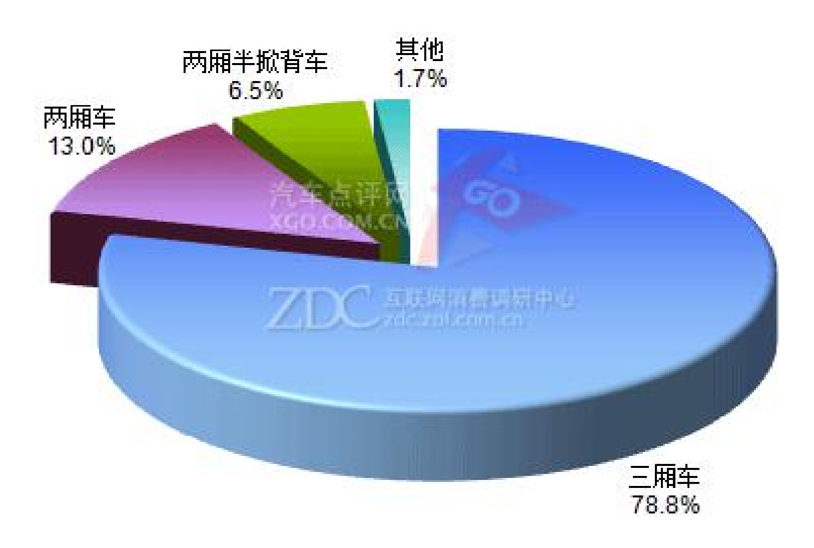


图 7　中国紧凑型车市场不同车体结构关注比例分布



图 8 中国紧凑型车市场不同变速器关注比例分布

【考核任务】

请根据互联网消费调研中心 ZDC 提供的中国紧凑型车市场用户关注度状况调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注

<table>
<tr><td colspan="4">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。(很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">作品（80分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="9">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="6"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。</td></tr>
<tr><td>结论及建议</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(5分，其中建议的针对性3分、可行性2分)。</td></tr>
<tr><td colspan="2">附件</td><td>5</td><td>对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。</td></tr>
<tr><td colspan="4">合计</td><td colspan="2">100</td></tr>
</table>

15.试题编号：1-15，大学生旅游市场基本特征调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为开发大学生旅游市场，了解大学生对旅游目的地的偏好和基本特征，长沙某旅行社于对临近的几所高校在校生进行了随机抽取发放调查问卷。共计发放问卷1000份，实际收回问卷1000份。现对数据加以统计如下：

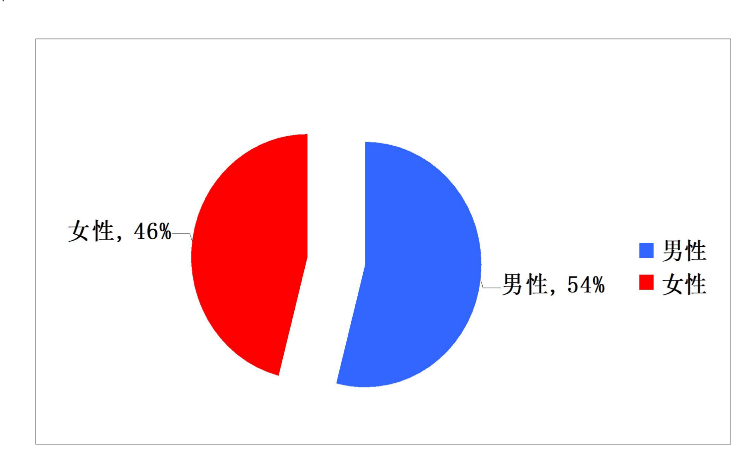


图1 被调查者性别分布情况

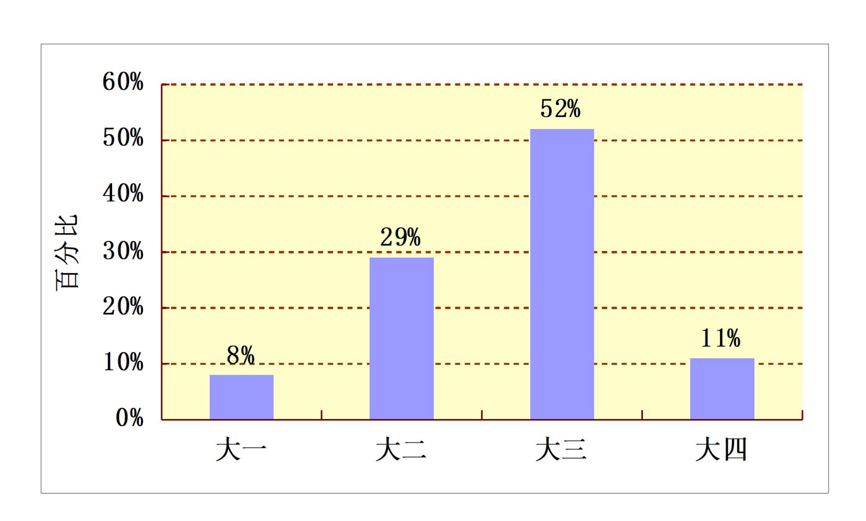


图2 年级分布

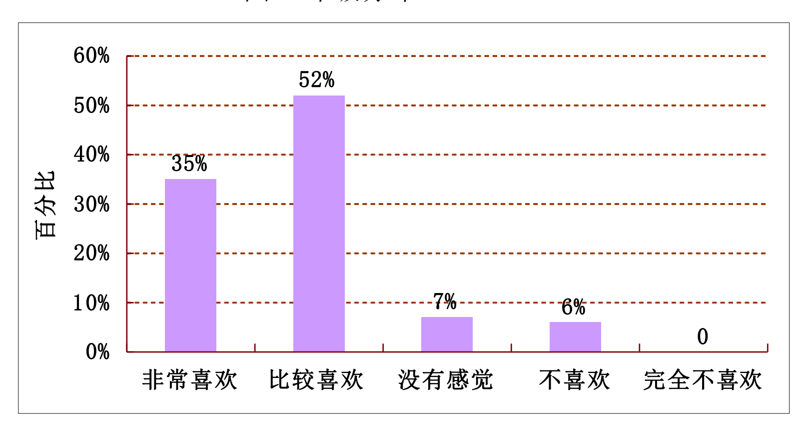


图 3 旅游喜好

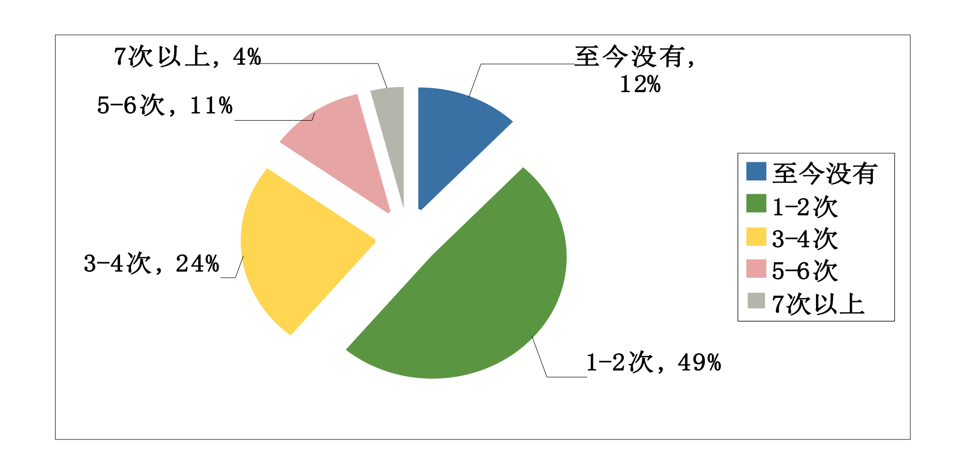


图 4 旅游次数

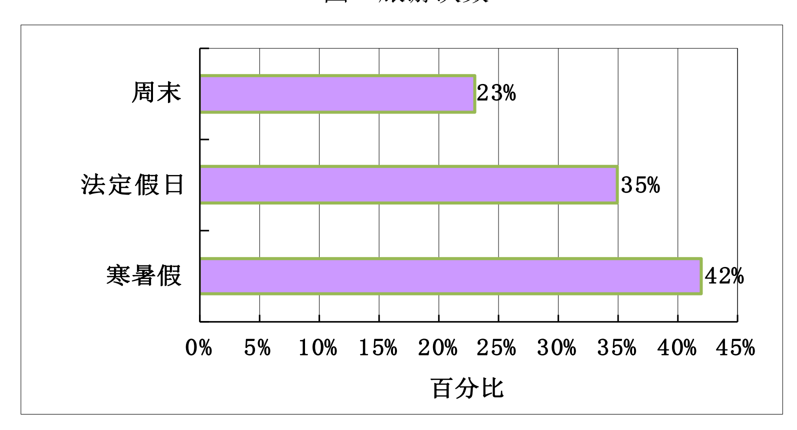


图 5 旅游时间

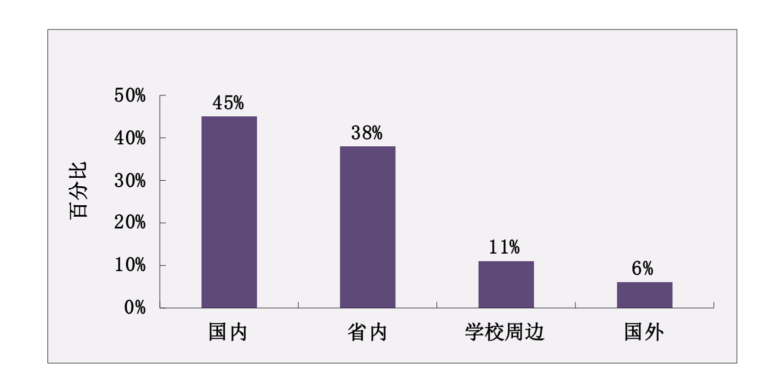


图 6 旅游目的地

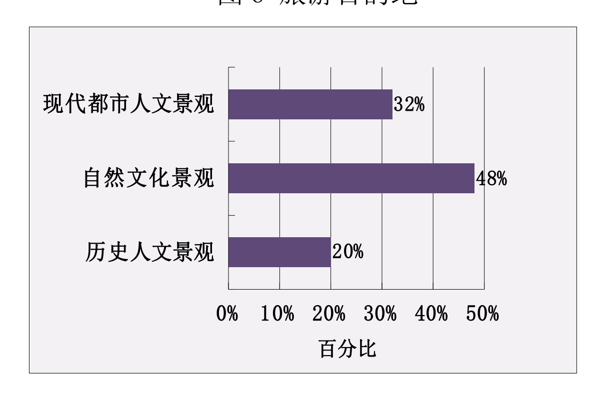


图 7 旅游景观类型

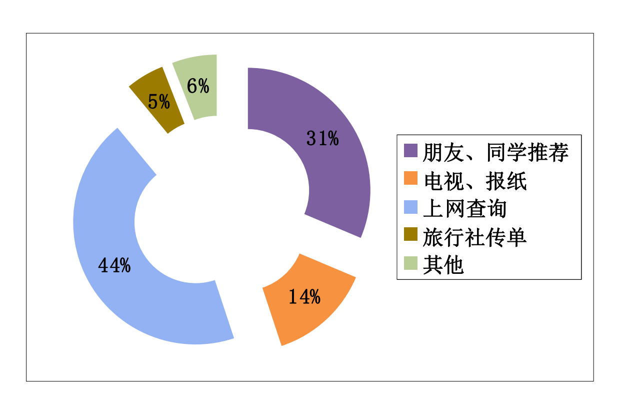


图 8 旅游目的地信息获取

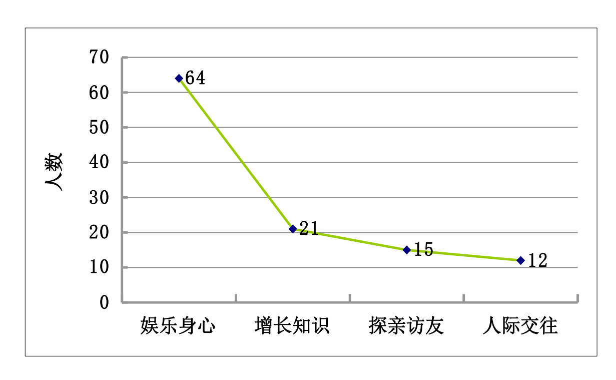


图 9 旅游目的

【考核任务】

请根据长沙某旅行社提供的大学生旅游市场相关调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注

场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="4">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="4">职业素养及
操作规范
（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="7">作品（80分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="7">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="5"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。</td></tr>
<tr><td>结论及建</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启</td></tr>
</table>

			议		示（5 分，其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分）。	
		附件		5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计				100		

16.试题编号：1-16，商品住房消费者满意度调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为了加强对商品房市场的社会监督，配合政府有关部门搞好商品房市场的监督管理，反映广大消费者的呼声，中国消费者协会联合北京、天津、上海、重庆、大连、青岛、厦门、深圳、杭州、武汉、成都、西安等 12 个城市的消协组织对 218 个普通住宅小区、楼盘开展了“商品住房消费者满意度调查”活动。本次调查采用“判断抽样”法选取商品房项目，调查入住 1-3 年、在价格、规模和区域方面具有代表性的普通商品住房，采用“等距抽样”的方法选取住户并访问经历购买过程并长期居住在被调查项目中的消费者。调查设计样本量为 18500 个住户，最终回收有效问卷 16376 份，收回率为 88.52%。现将有关数据整理如下：

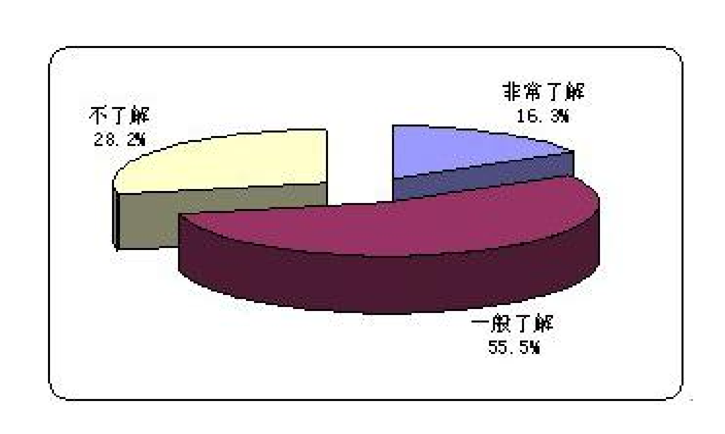


图 1 消费者对中小户型房贷政策了解情况

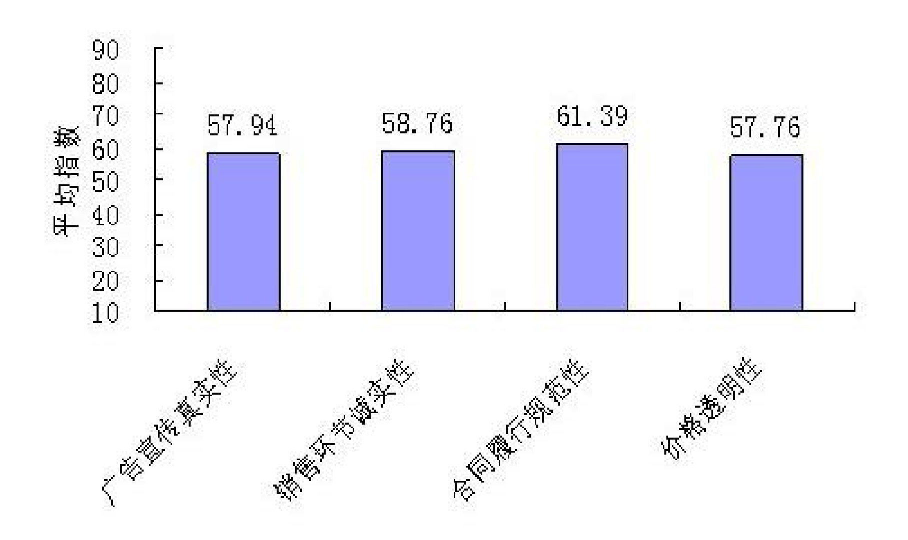


图 2　房地产行业整体诚信状况满意度指数比较

满意度指数为 0-100。50 以下为“非常不满”；50-60 为“不满”；60-70 为“一般”；70-80 为“满意”；80 以上为“非常满意”。

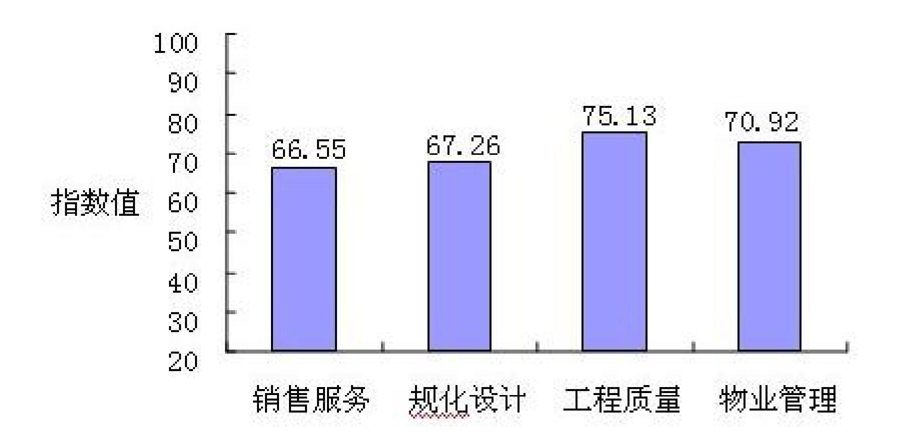


图 3 消费者对现住房屋各方面满意度水平比较

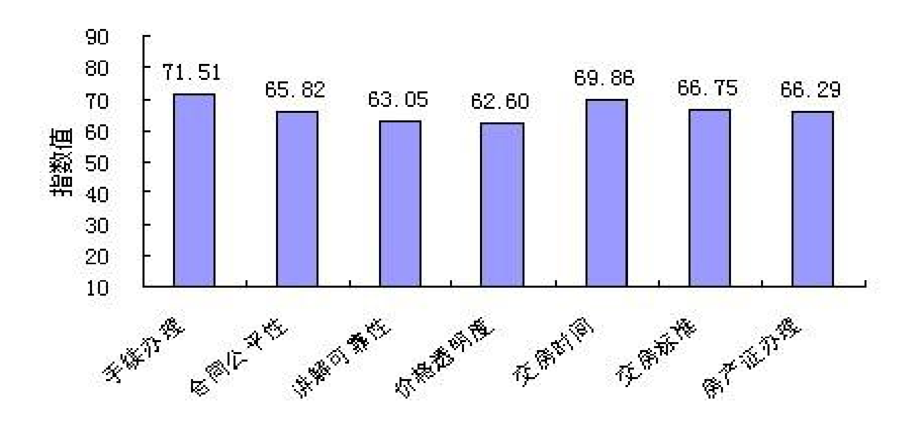


图 4 消费者对商品房销售各方面服务满意度情况

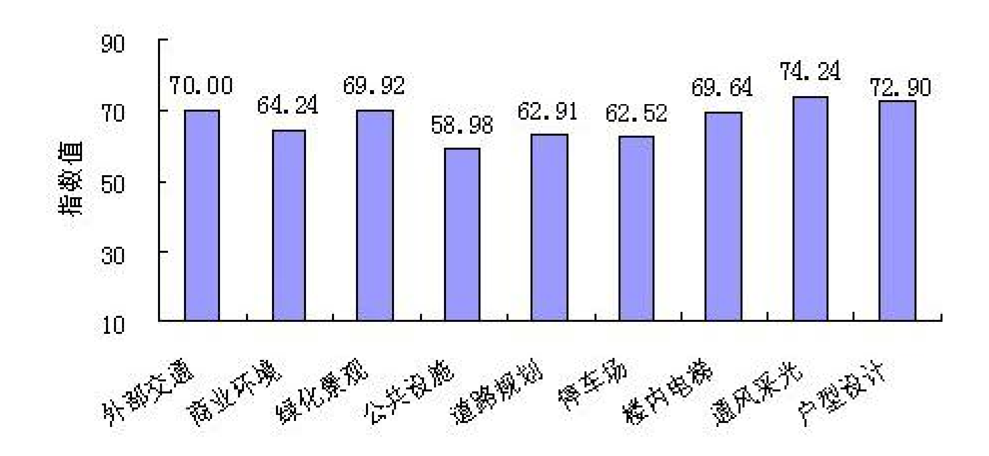


图 5 商品房规划设计满意度情况

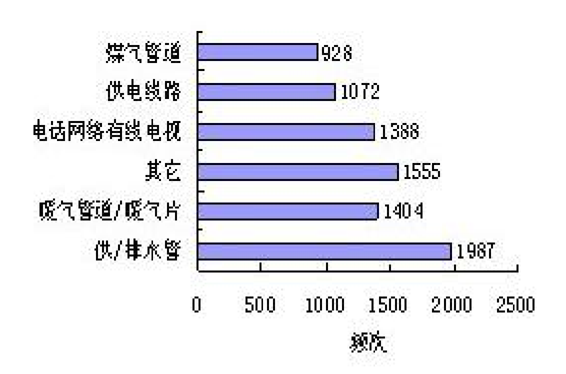


图 6 房屋管线质量突出问题反映频次

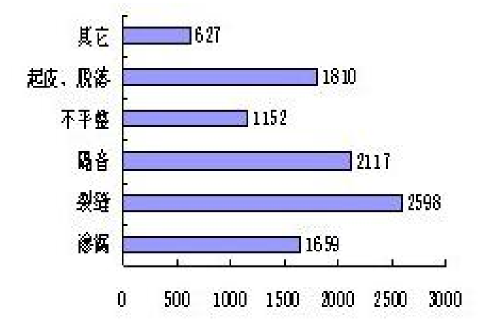


图 7 房屋墙体质量突出问题反映频次

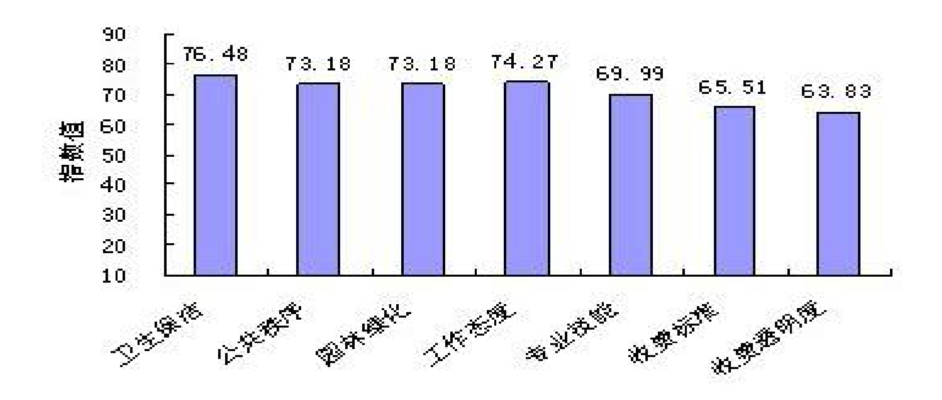


图 8 消费者对小区物业管理各方面满意度状况

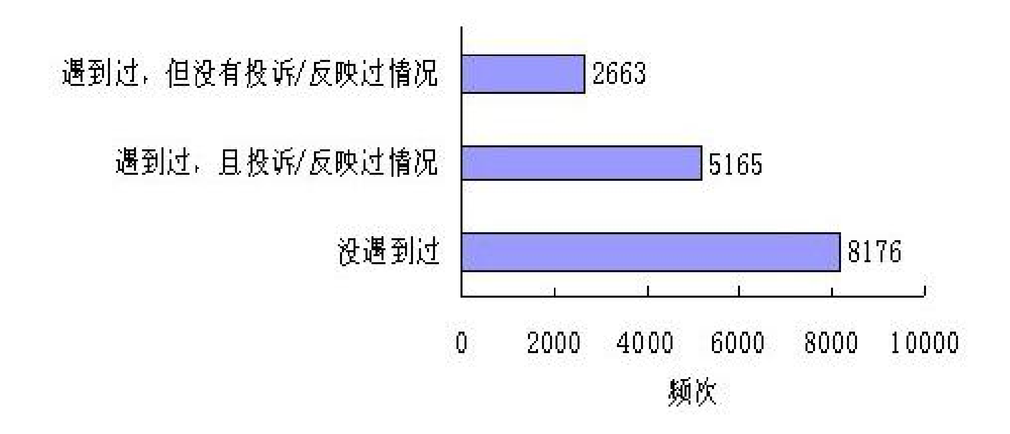


图 9 消费者对房屋质量问题投诉情况

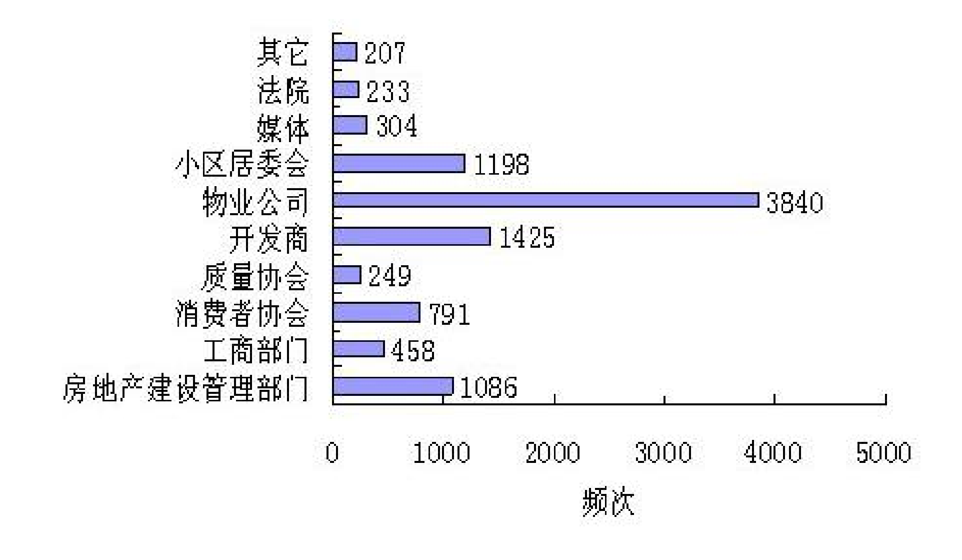


图 10 消费者向机构、单位投诉/反映的频次

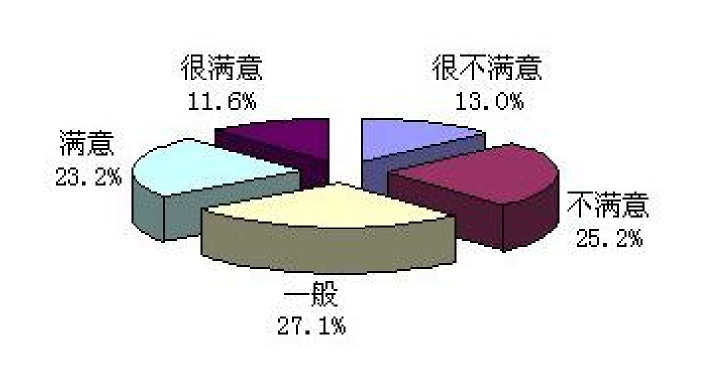


图 11 消费者对投诉结果的满意评价情况

【考核任务】

请根据中国消费者协会提供的 12 个城市 218 个普通住宅小区、楼盘“商品住房消费者满意度调查”调研数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

（4）评分细则

评价内容	配	评分细则	备注

<table>
<tr><td colspan="4"></td><td>分</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="4">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">作品（80分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="9">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="6"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。</td></tr>
<tr><td>结论及建议</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(5分,其中建议的针对性3分、可行性2分)。</td></tr>
<tr><td colspan="2">附件</td><td>5</td><td>对正文报告的补充或更详尽的说明,包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。</td></tr>
<tr><td colspan="4">合计</td><td colspan="2">100</td></tr>
</table>

17.试题编号：1-17，学生笔记本消费需求调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

中国笔记本电脑市场的消费群体中，学生用户占据了相当大的份额。由于这一群体的特殊性，其在笔记本电脑市场的消费行为也独具特点，“高性价比”、“强大的娱乐影音功能”等成为描述这一市场产品的热门关键词。为了解学生用户在中国笔记本电脑市场中的消费需求等特点，互联网消费中心 ZDC 进行了一项相关市场调研，其基本数据如下：

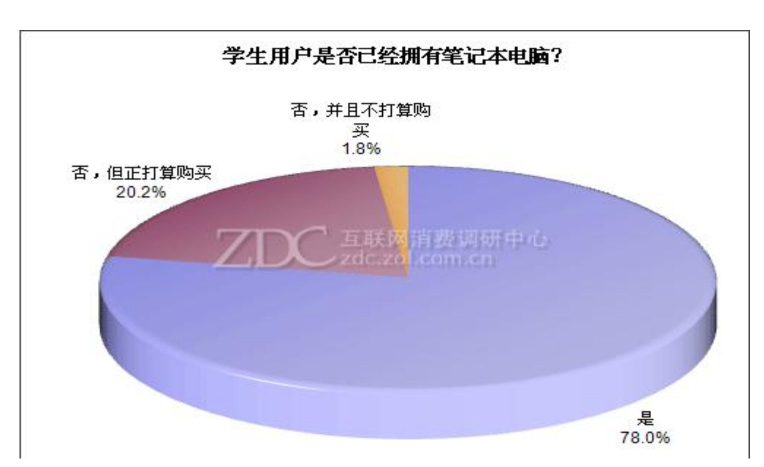


图 1 学生用户拥有笔记本电脑情况

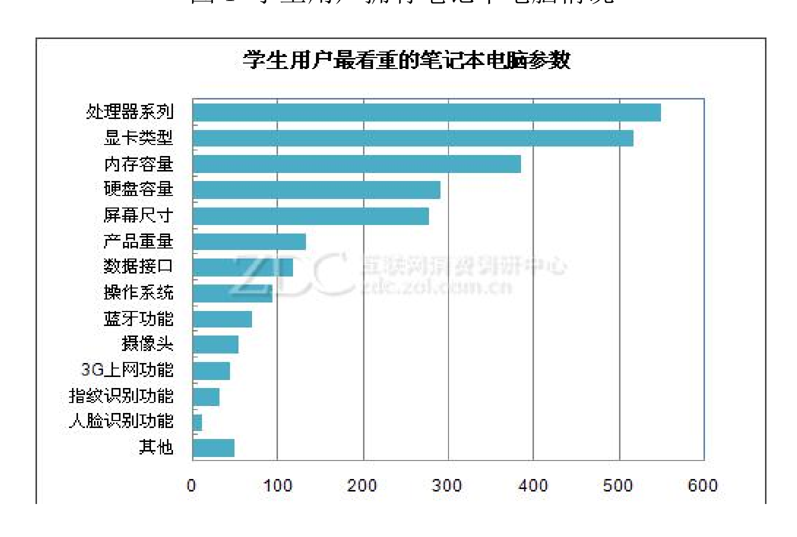


图 2 学生用户最看重笔记本电脑参数

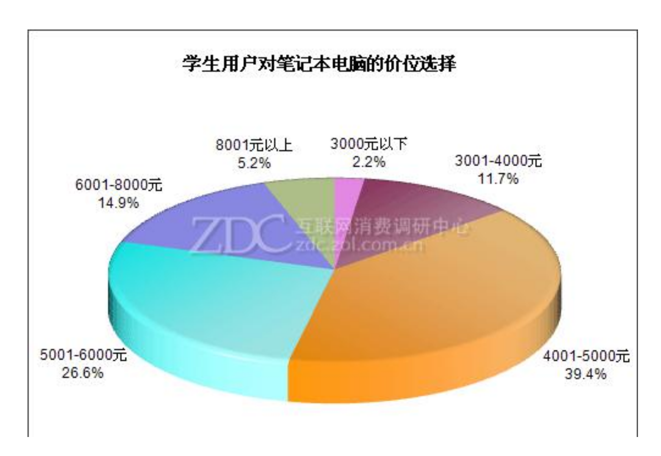


图 3 学生用户对笔记本电脑的价位选择

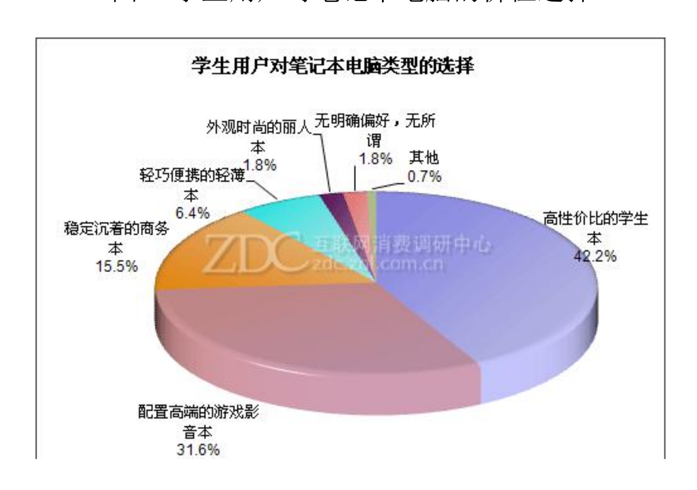


图 4 学生对笔记本电脑类型的选择

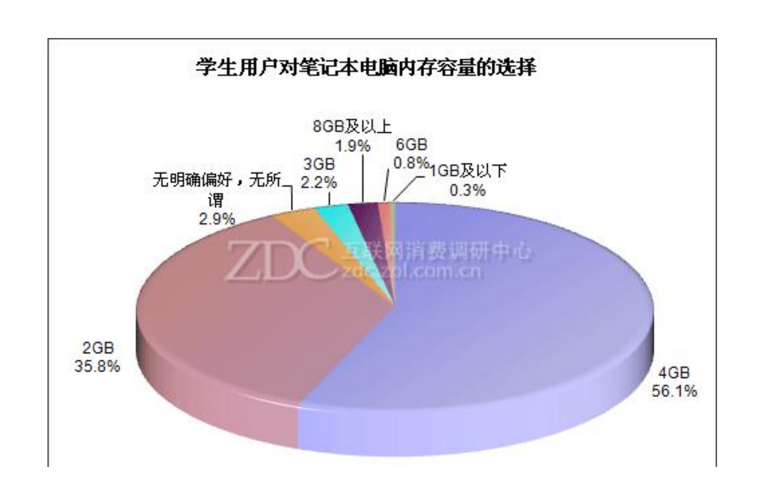


图 5 学生对笔记本电脑内存容量的选择

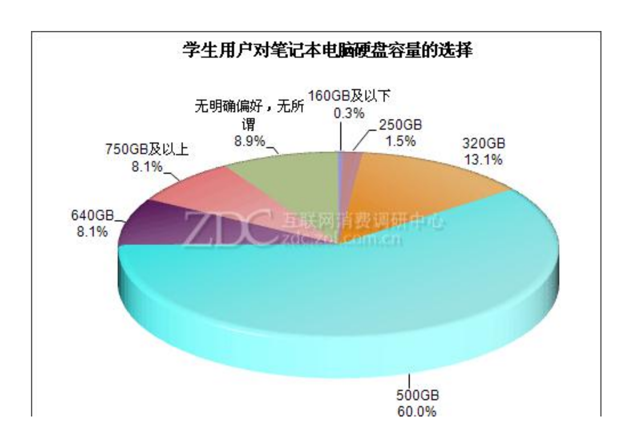


图 6 学生对笔记本电脑硬盘容量的选择

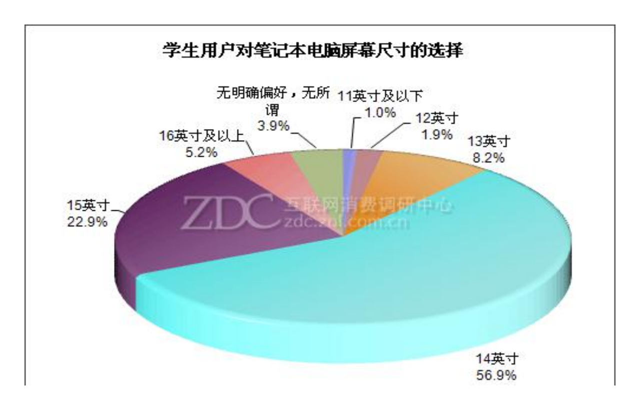


图 7 学生对笔记本电脑屏幕尺寸的选择

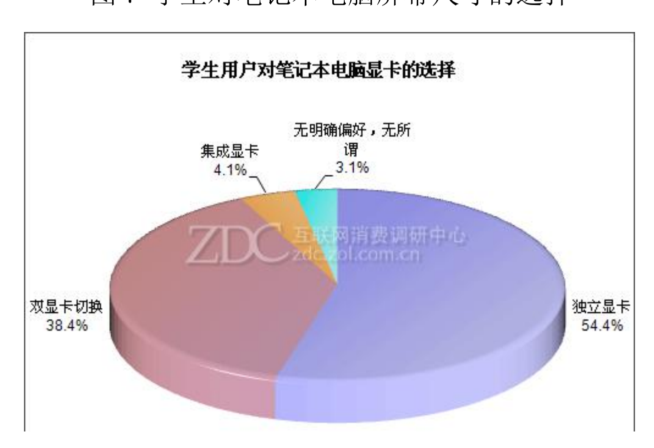


图 8 学生对笔记本电脑显卡的选择

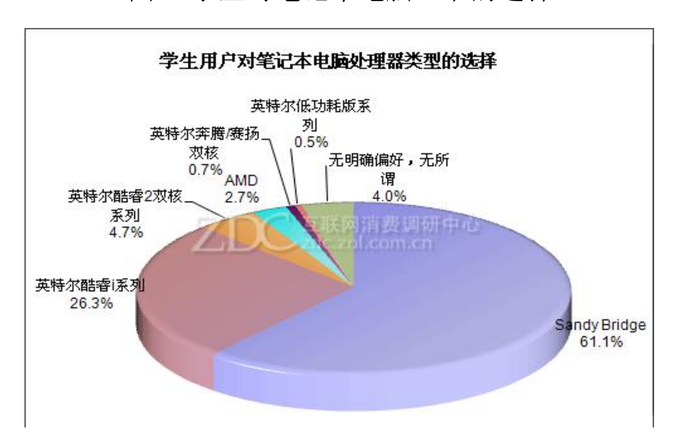


图 9 学生对笔记本电脑处理器类型的选择

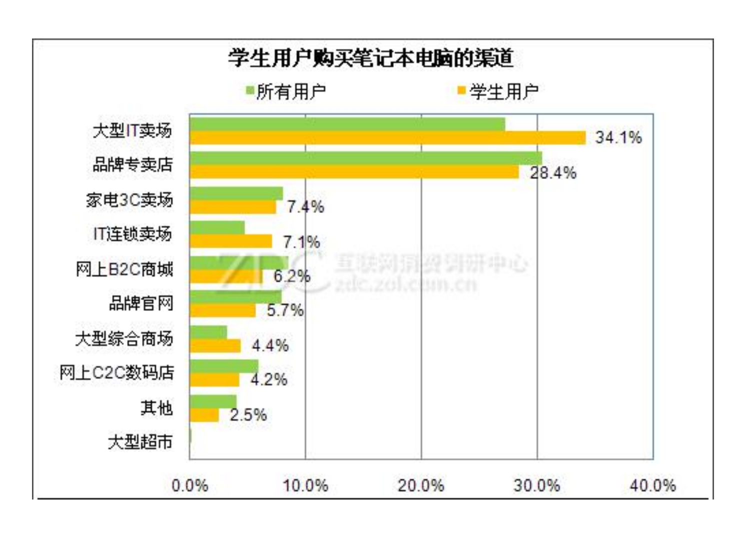


图 10 学生购买笔记本电脑的渠道

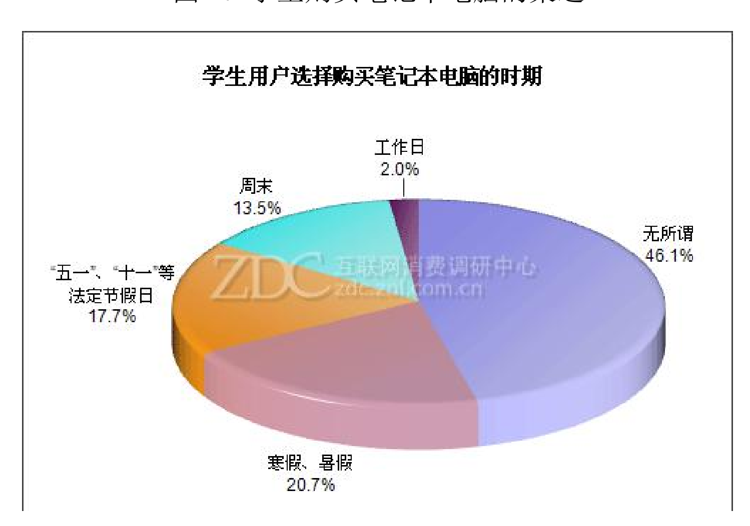


图 11 学生选择购买笔记本电脑的时期分布

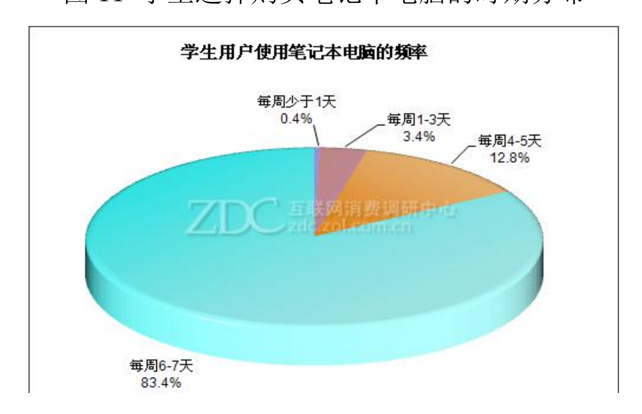


图 12 学生使用笔记本电脑的频率

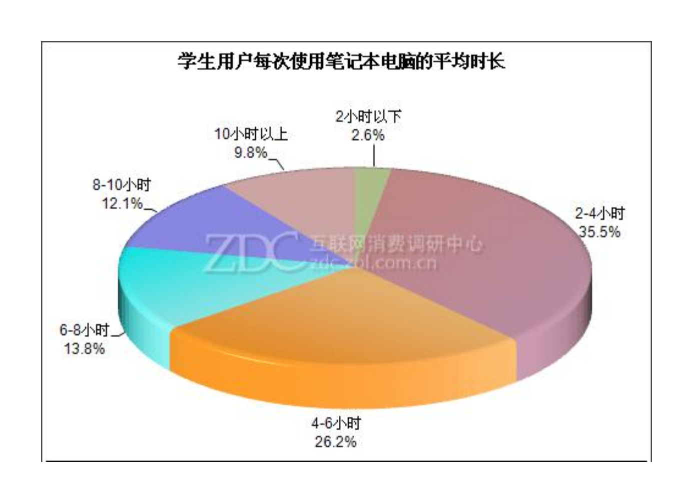


图 13 学生每次使用笔记本电脑的平均时长

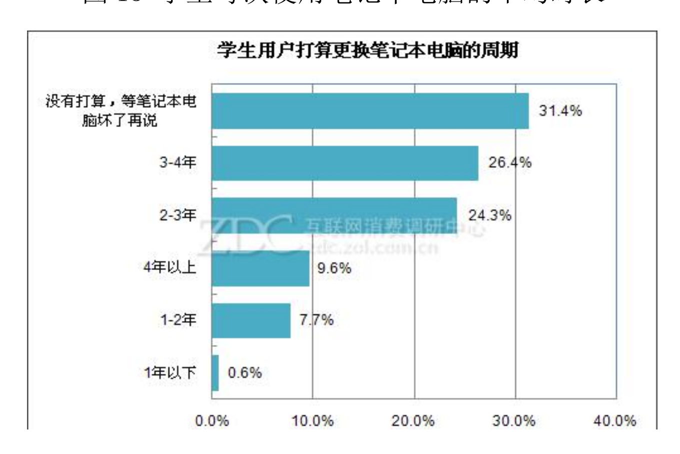


图 14 学生打算更换笔记本电脑的周期

【考核任务】

请根据互联网消费中心 ZDC 提供的学生用户笔记本电脑市场消费需求调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注

场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="4">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="4">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。(很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下)</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="7">作品（80分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范(包括封面、目录、正文、附件)。</td><td rowspan="7">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="5"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。</td></tr>
<tr><td>结论及建</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启</td></tr>
</table>

			议		示（5 分，其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分）。	
		附件		5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计				100		

18.试题编号：1-18，消费者网购行为调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

近年来国内外掀起一股网上购物热潮。很多研究机构对网购进行了多方面的研究，多数认为中国网购市场即将步入快速上升阶段，未来几年将迎来发展的黄金时期。另一方面，国内网购市场市场鱼龙混杂，网购投诉增长较快，所以有必要对用户的网购行为进行深入调查，了解更多现状与需求间的差距。对此，ZDC 对消费者网购行为进行了相关的调查，调查数据如下：

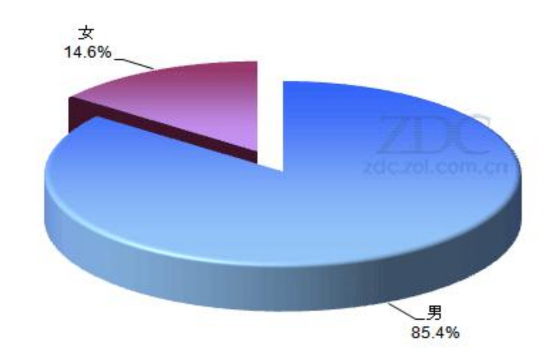


图 1：参与网购网民性别分布

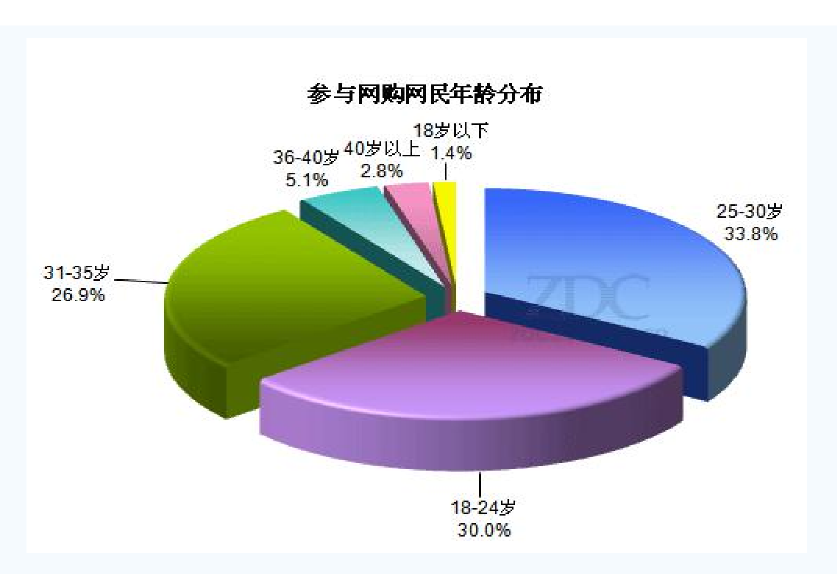


图 2：参与网购网民年龄分布

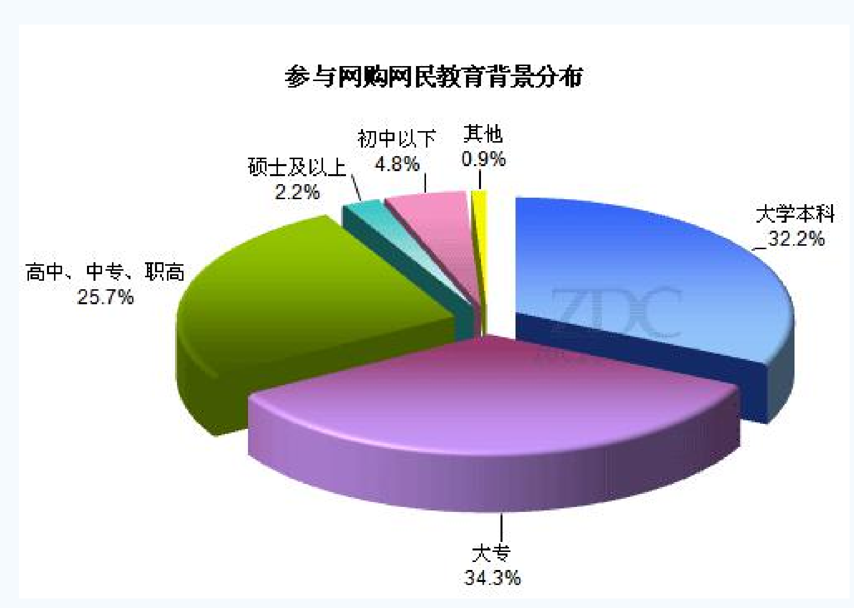


图 3：参与网购网民教育背景分布

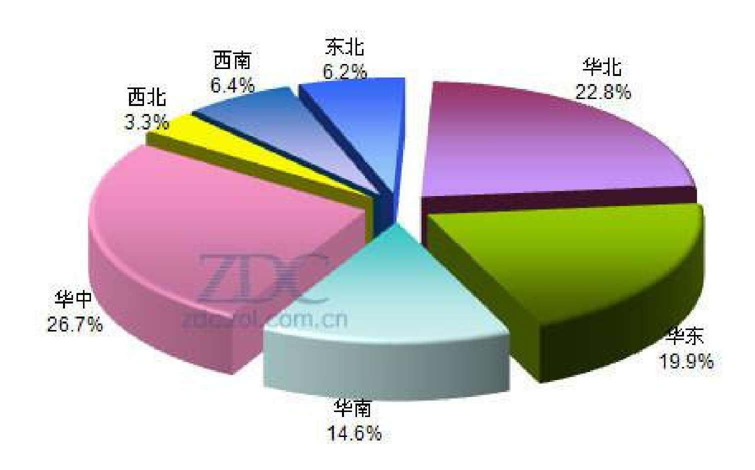


图 4：中国 IT 网民网络购物七大区域分布

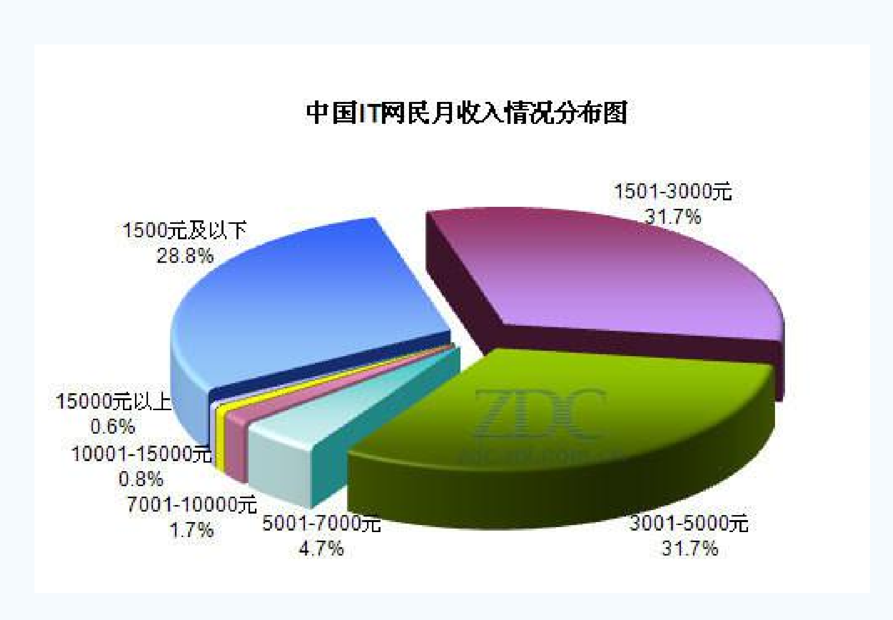


图 5：中国 IT 网民月收入分布图

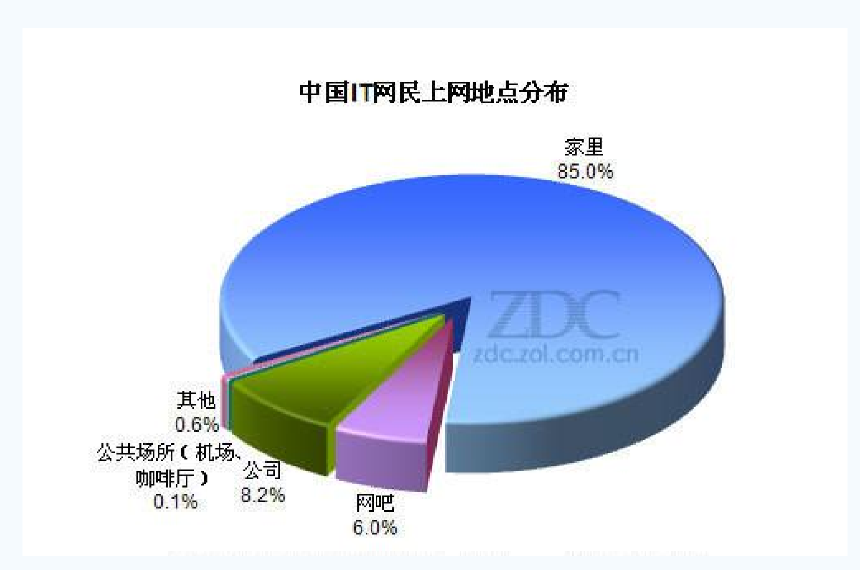


图 6：中国 IT 网民上网地点分布

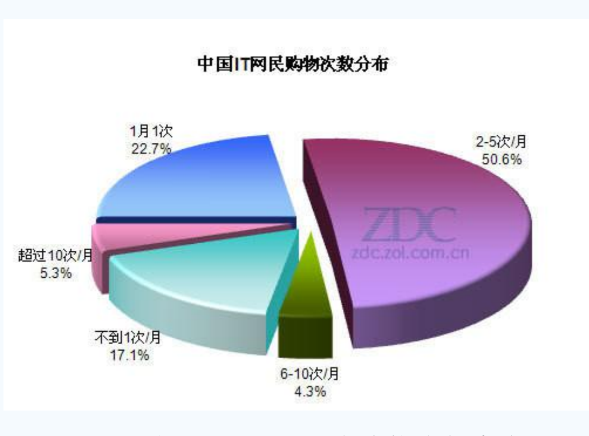


图 7：中国 IT 网民网络购物次数分布

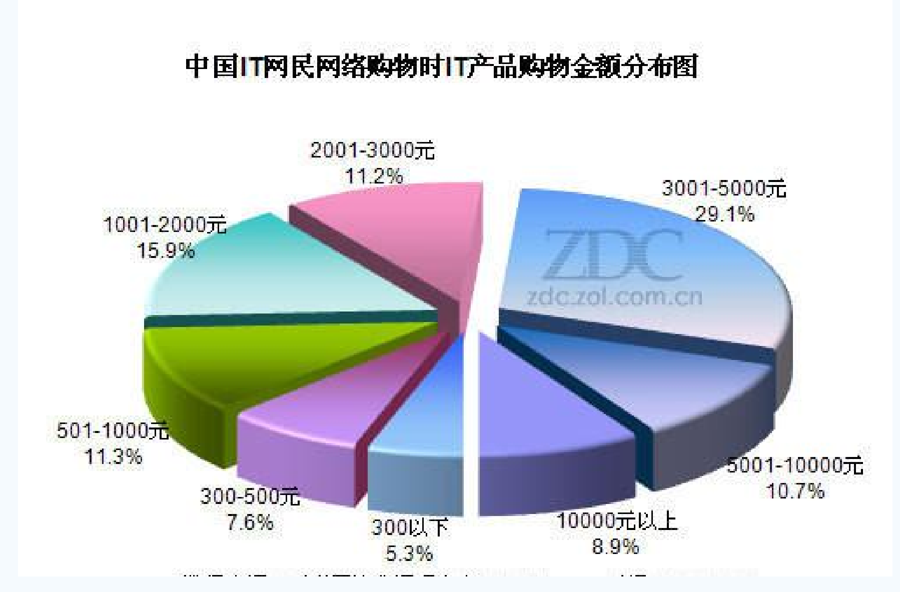


图 8：中国 IT 网民网络购物时 IT 产品购物金额分布图



图 9：中国 IT 网民网络购物最喜欢购买的 IT 产品排行



图 10：中国 IT 网民对购物网站的五大认知渠道

【考核任务】

请根据互联网调研中心 ZDC 提供的国内网购市场用户网购行为基本情况调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="4">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="4">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">作品（80分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="9">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="6"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。</td></tr>
<tr><td>结论及建议</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。</td></tr>
<tr><td colspan="2">附件</td><td>5</td><td>对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。</td></tr>
<tr><td colspan="4">合计</td><td>100</td><td></td></tr>
</table>

19. 试题编号：1-19， “十一”旅游市场情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

百度数据调研中心对“十一”旅游市场进行了一项调研，其基本数据如下：

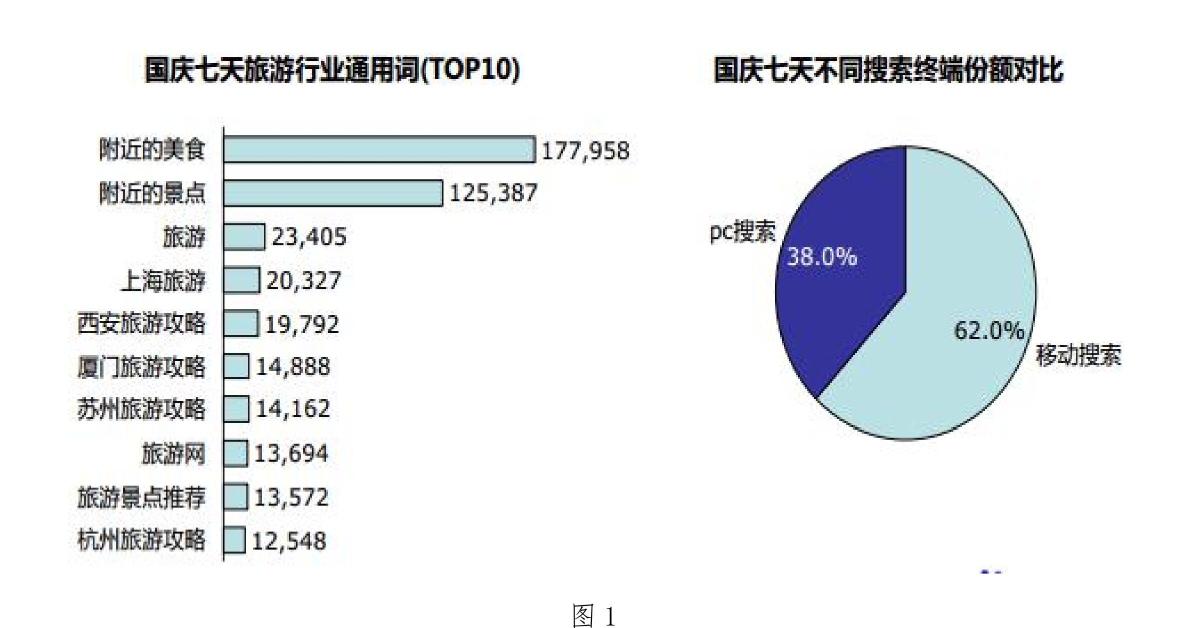


图 1

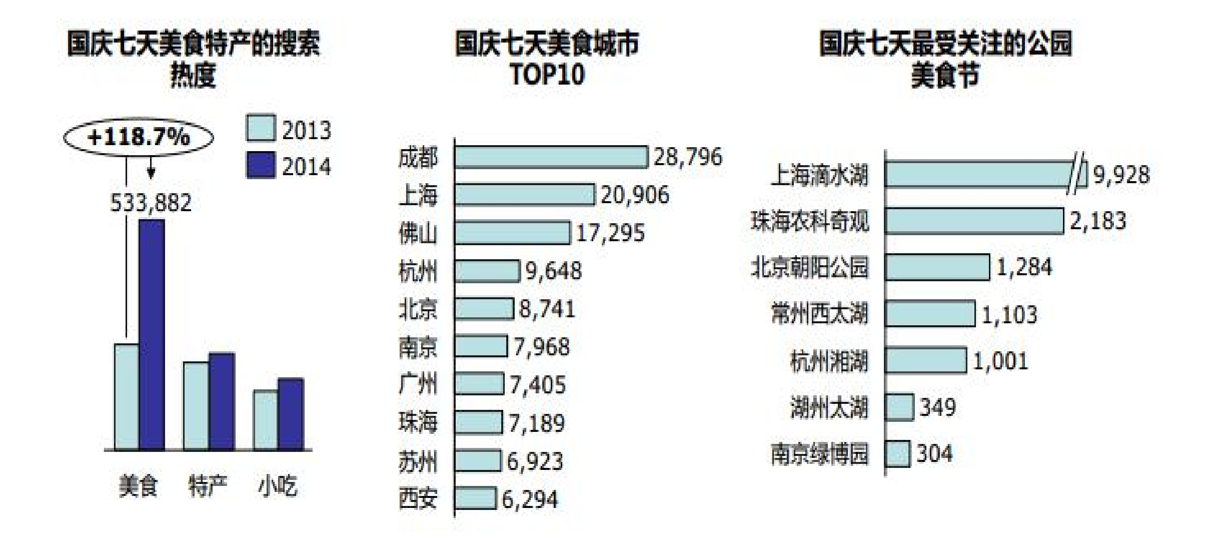
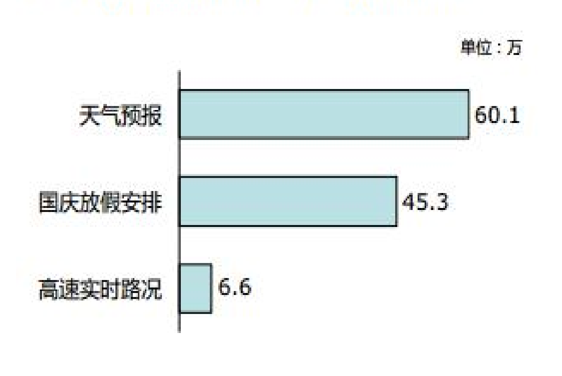


图 2


国庆七天与旅游出行相关的三大服务信息
单位：万
天气预报 60.1
国庆放假安排 45.3
高速实时路况 6.6

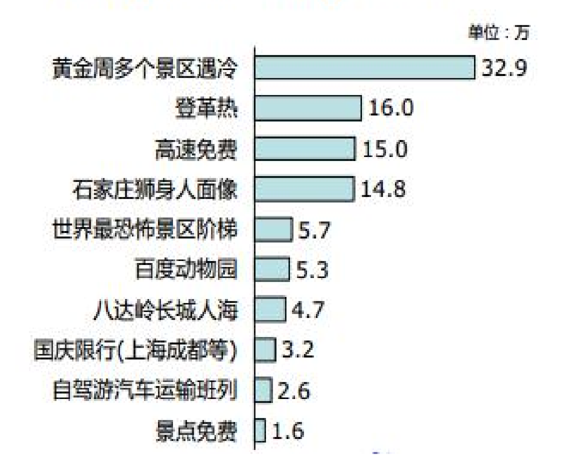

国庆七天与旅游相关的十大新闻话题
单位：万
黄金周多个景区遇冷 32.9
登革热 16.0
高速免费 15.0
石家庄狮身人面像 14.8
世界最恐怖景区阶梯 5.7
百度动物园 5.3
八达岭长城人海 4.7
国庆限行(上海成都等) 3.2
自驾游汽车运输班列 2.6
景点免费 1.6

图 3

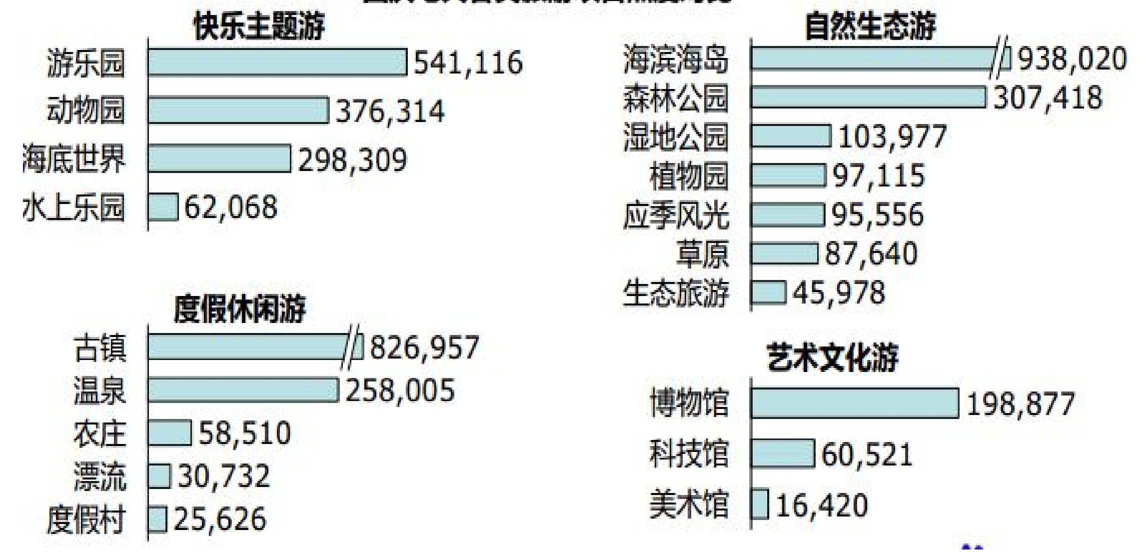
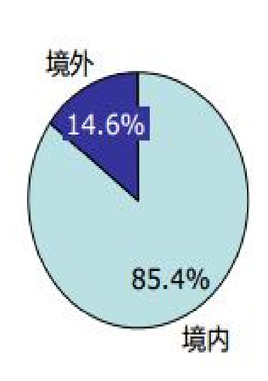

国庆七天各类旅游项目热度对比
快乐主题游
游乐园 541,116
动物园 376,314
海底世界 298,309
水上乐园 62,068
度假休闲游
古镇 826,957
温泉 258,005
农庄 58,510
漂流 30,732
度假村 25,626
自然生态游
海滨海岛 938,020
森林公园 307,418
湿地公园 103,977
植物园 97,115
应季风光 95,556
草原 87,640
生态旅游 45,978
艺术文化游
博物馆 198,877
科技馆 60,521
美术馆 16,420

图 4

国庆七天境内外目的地搜索份额对比



国庆七天网民关注的境内外景点类别

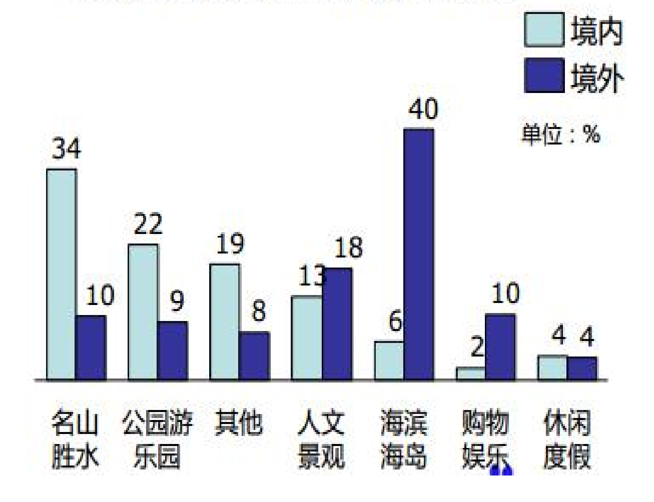


图 5

国庆七天周边游热度及同比

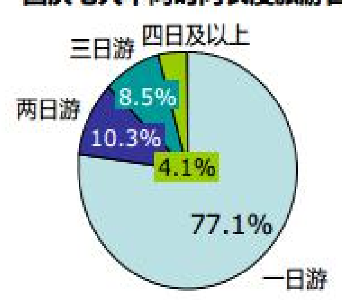
单位：万

2014 62

2013 34

+83.3%

国庆七天不同时间长度旅游占比



国庆七天周边游城市TOP10

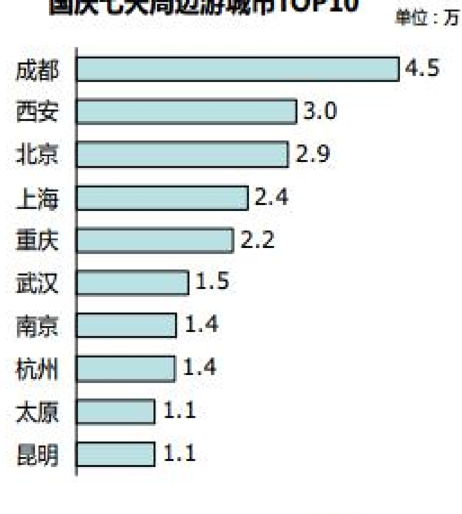


图 6

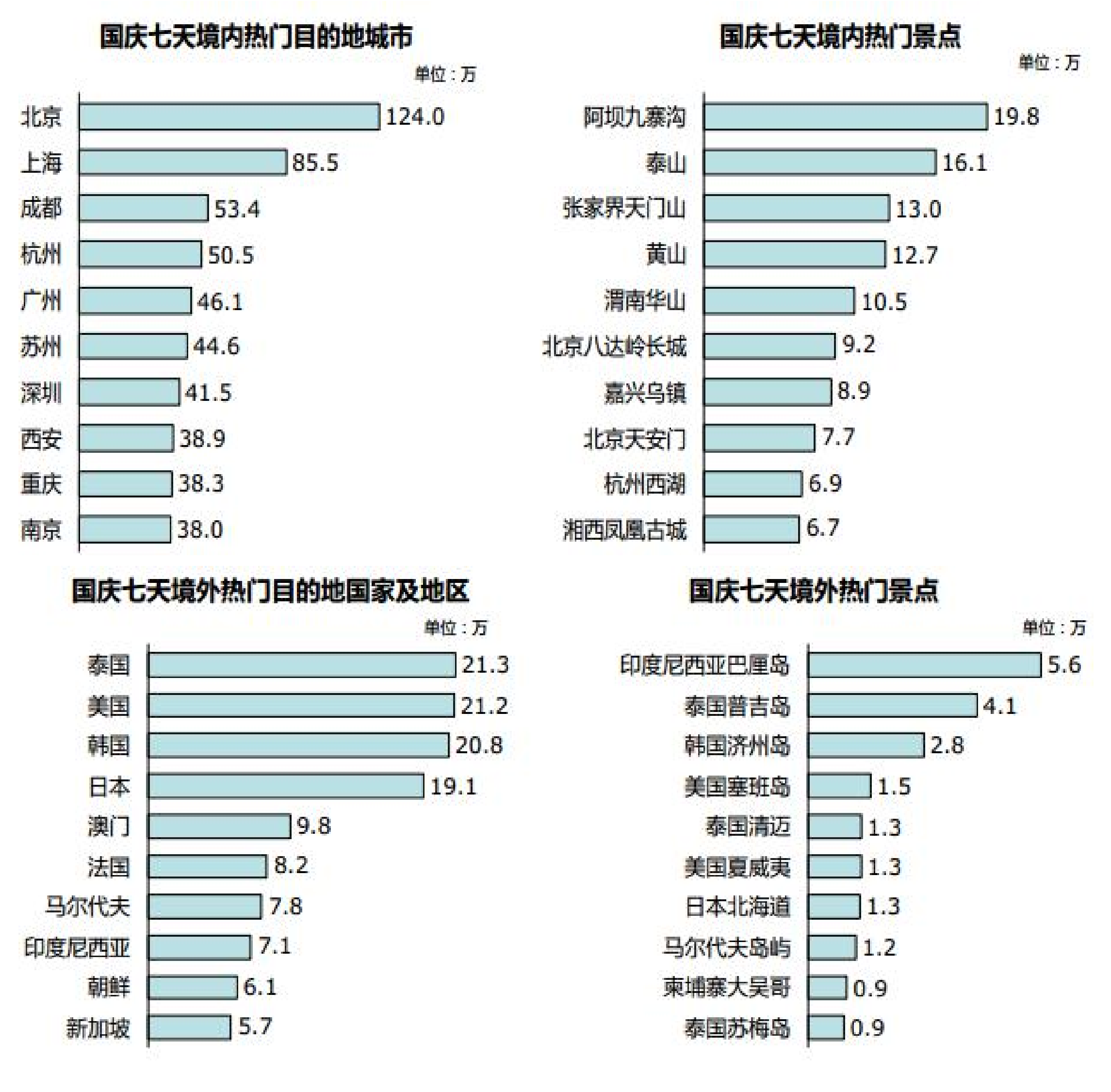


图 7

【考核任务】

请根据百度数据调研中心提供的“十一”旅游市场基本情况调研数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="4">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="4">职业素养及
操作规范
（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。(很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下)</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="7">作品（80 分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="7">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="5"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。</td></tr>
<tr><td>结论</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5 分）；</td></tr>
</table>

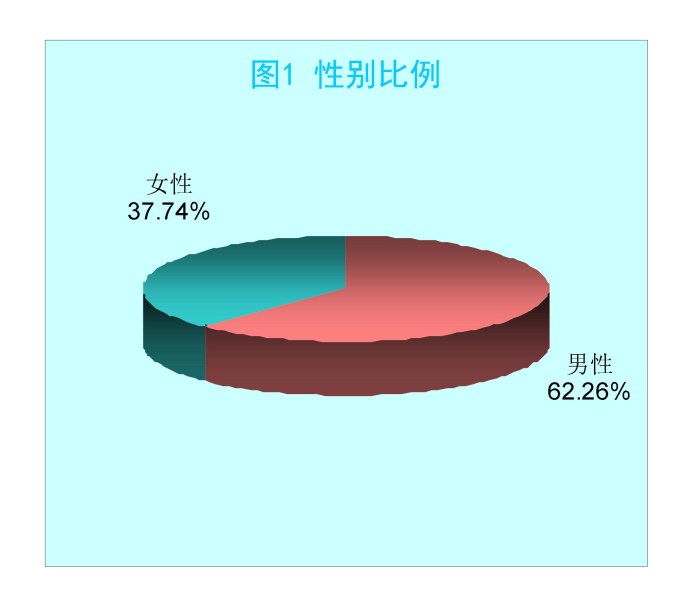
			及建议		并结合企业或客户实际情况提出看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
		附件		5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计				100		

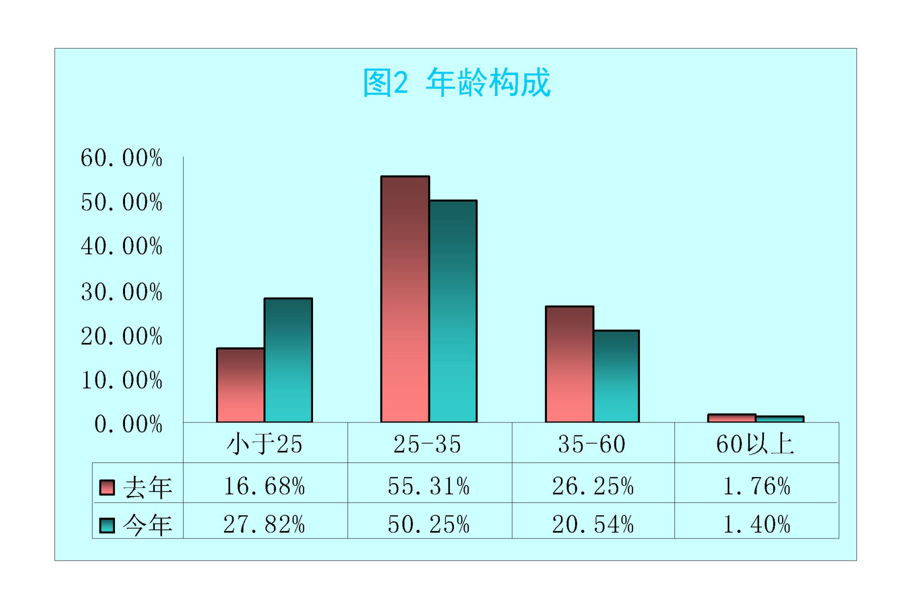
20.试题编号：1-20，居民房产置业情况调研报告

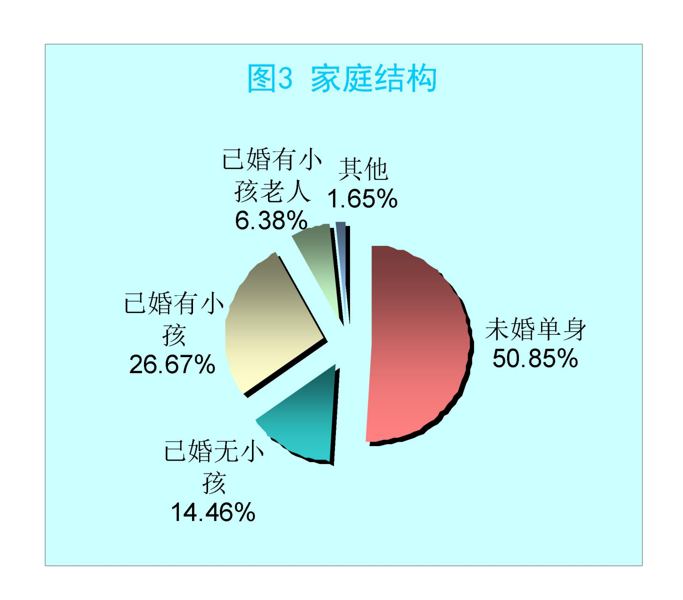
（1）任务描述

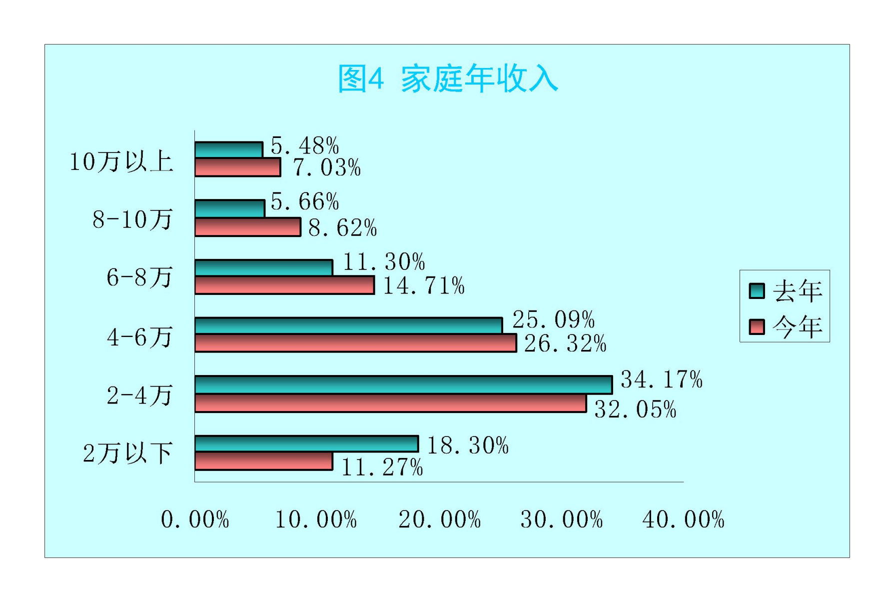
【背景资料】

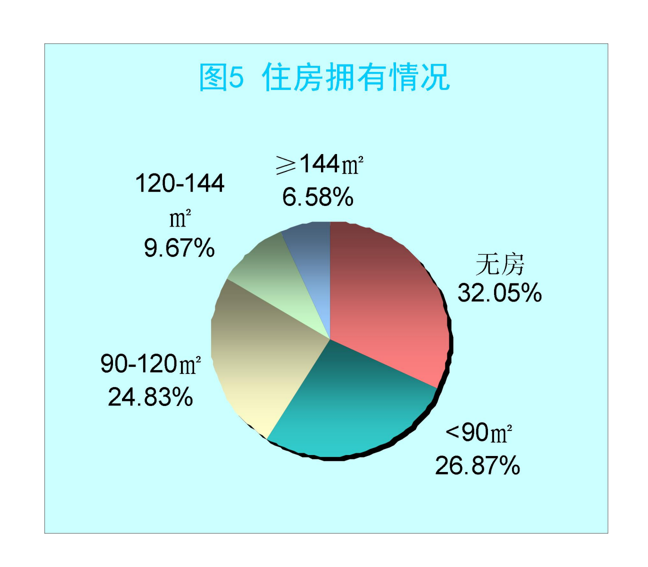
长沙市春交会期间，某调研中心针对参与房交会的广大市民的居住情况、消费习惯、心理预期等进行了一次较大规模的调研。调研采用填问卷表免费赠阅《长沙楼市》的方式进行，调查对象为房交会的参观者，问卷内容主要涉及被调查者基本情况、购房意向和购房信息来源。本次房交会期间共发放问卷10000份，收回7136份，收回率为71.36%，其中有效问卷6337份，有效率为88.80%。现就有关数据统计汇总如下：

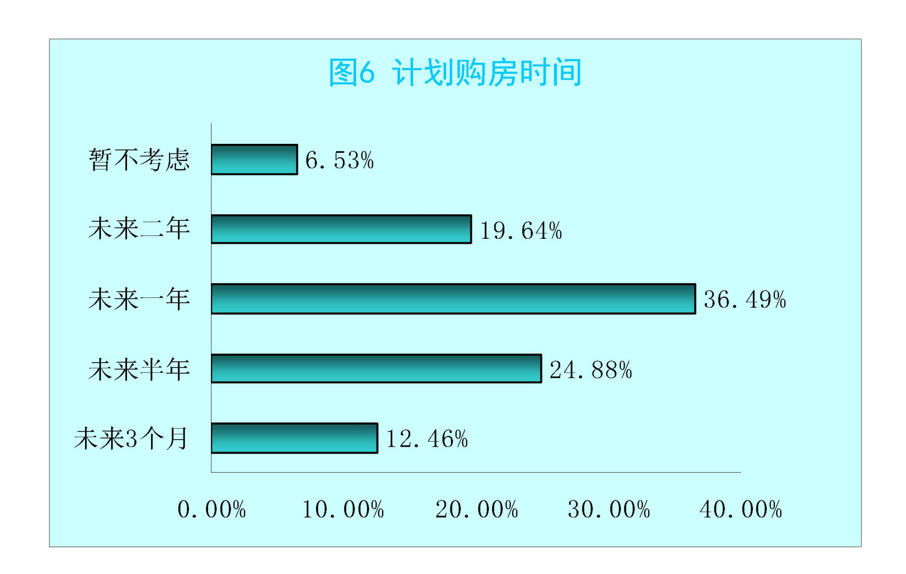


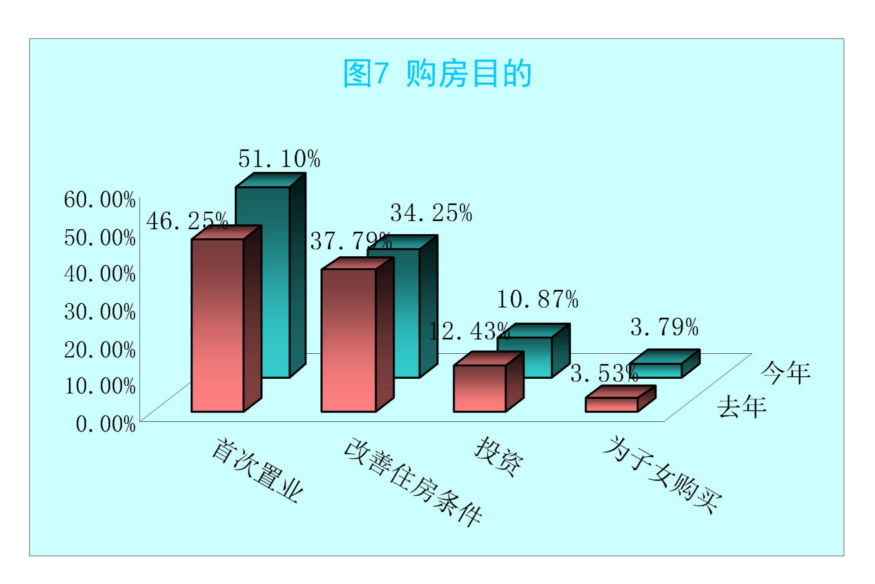

图2 年龄构成
60.00%
50.00%
40.00%
30.00%
20.00%
10.00%
0.00%
小于25
25-35
35-60
60以上
去年
16.68%
55.31%
26.25%
1.76%
今年
27.82%
50.25%
20.54%
1.40%

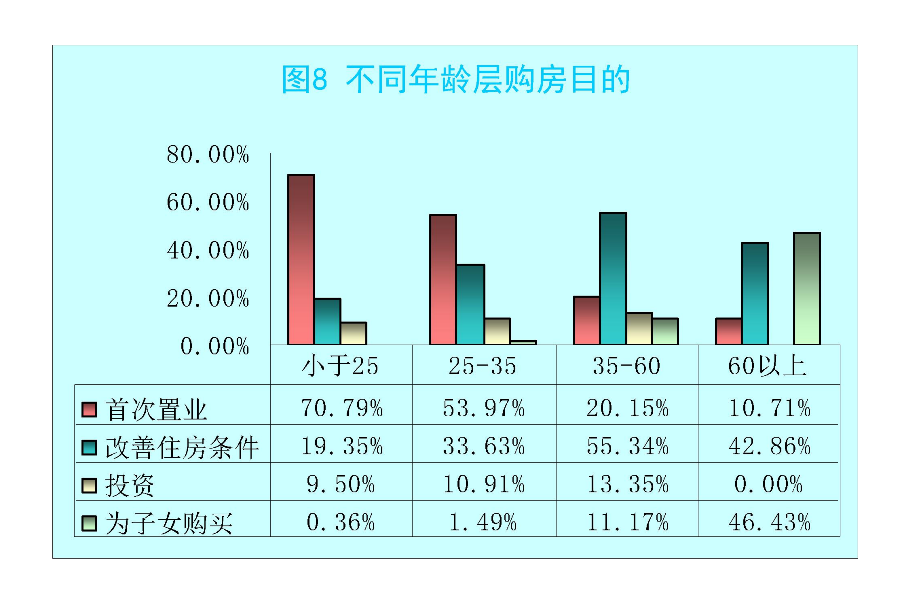

图3 家庭结构
已婚有小孩老人 6.38%
其他 1.65%
已婚有小孩 26.67%
未婚单身 50.85%
已婚无小孩 14.46%


图4 家庭年收入
10万以上
5.48%
7.03%
8-10万
5.66%
8.62%
6-8万
11.30%
14.71%
4-6万
25.09%
26.32%
2-4万
34.17%
32.05%
2万以下
18.30%
11.27%
0.00%
10.00%
20.00%
30.00%
40.00%
去年
今年


图5 住房拥有情况
≥144㎡
6.58%
120-144
㎡
9.67%
无房
32.05%
90-120㎡
24.83%
<90㎡
26.87%


图6 计划购房时间
暂不考虑
6.53%
未来二年
19.64%
未来一年
36.49%
未来半年
24.88%
未来3个月
12.46%
0.00%
10.00%
20.00%
30.00%
40.00%


图7 购房目的
60.00%
50.00%
40.00%
30.00%
20.00%
10.00%
0.00%
51.10%
46.25%
34.25%
37.79%
10.87%
12.43%
3.79%
3.53%
今年
去年
首次置业
改善住房条件
投资
为子女购买



	小于25	25-35	35-60	60以上
首次置业	70.79%	53.97%	20.15%	10.71%
改善住房条件	19.35%	33.63%	55.34%	42.86%
投资	9.50%	10.91%	13.35%	0.00%
为子女购买	0.36%	1.49%	11.17%	46.43%

图8 不同年龄层购房目的

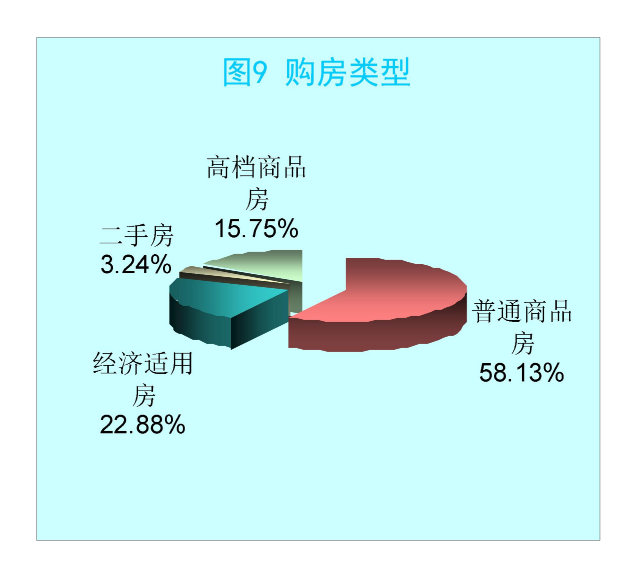


图9 购房类型

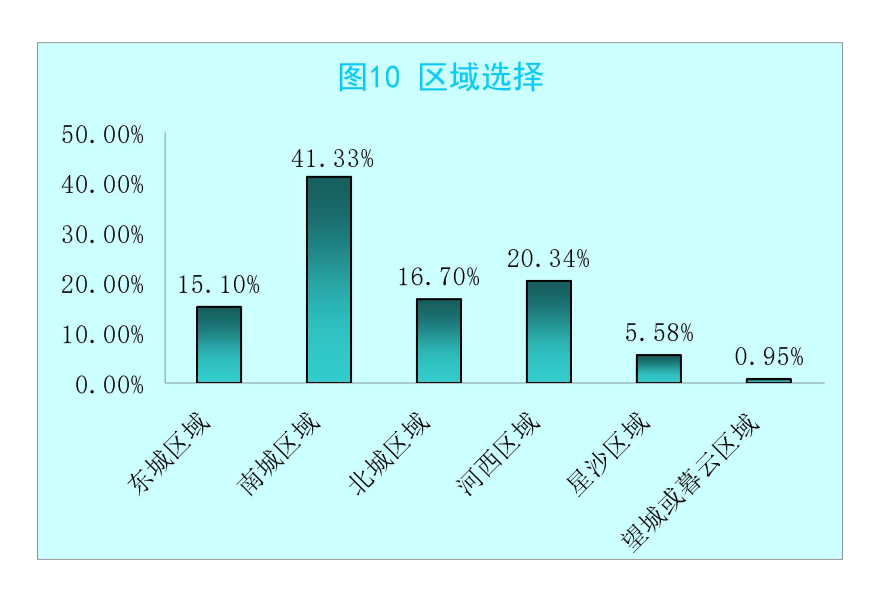


图10 区域选择

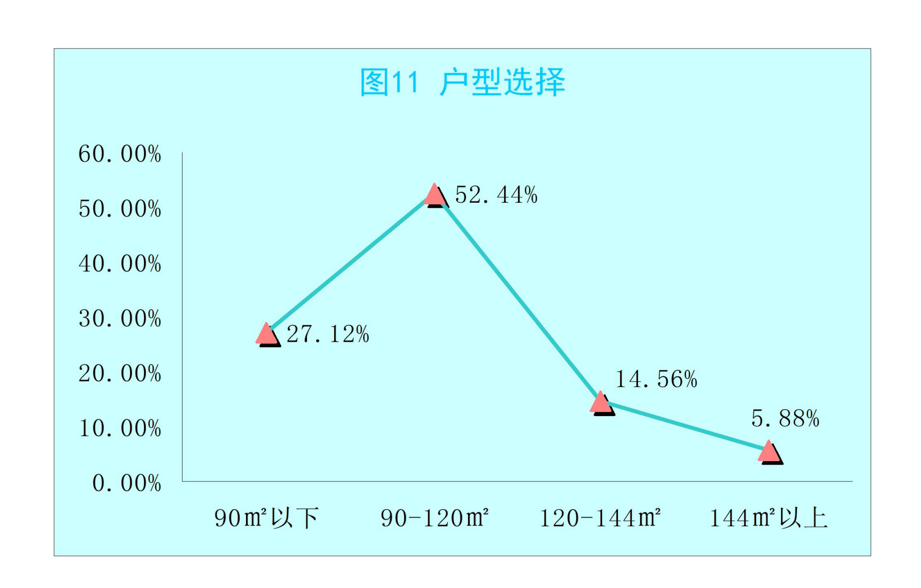


图11 户型选择

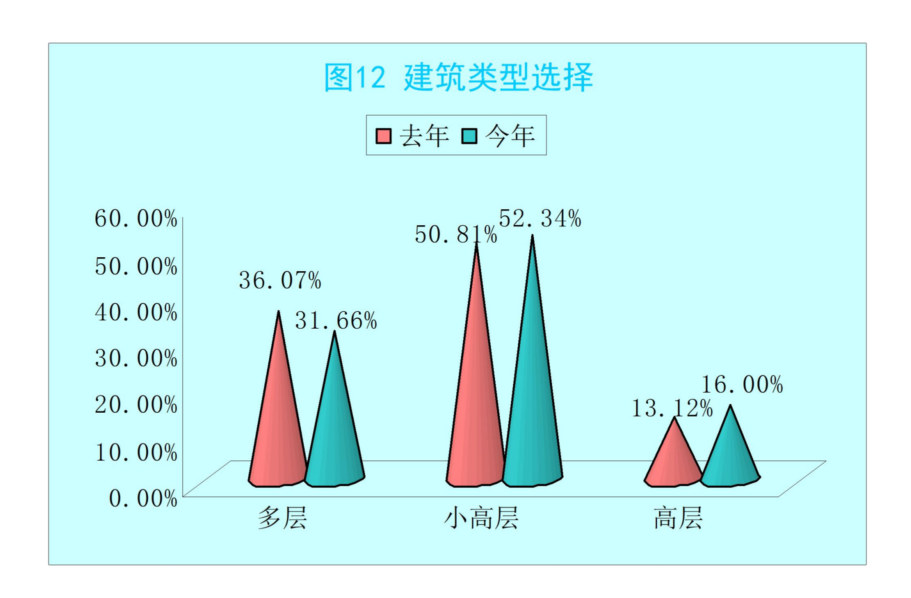


图12 建筑类型选择

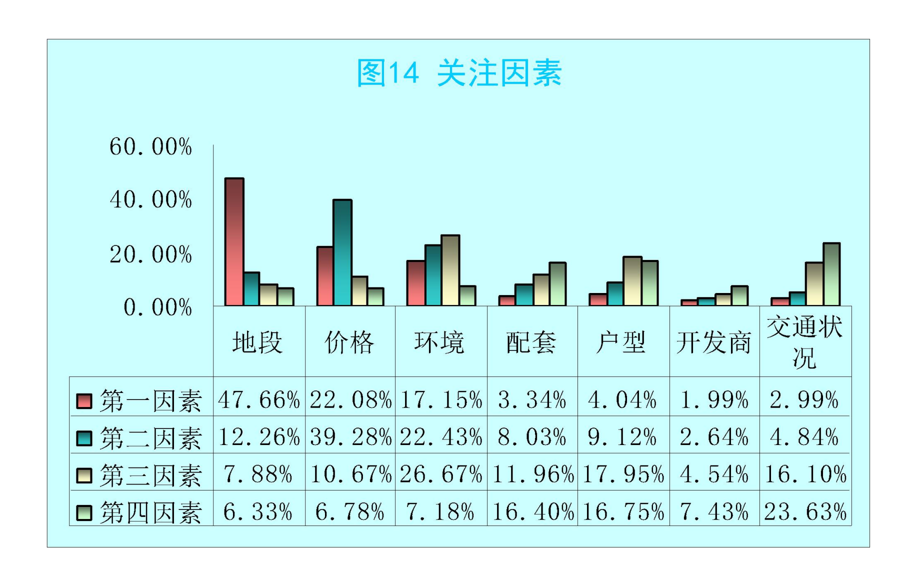
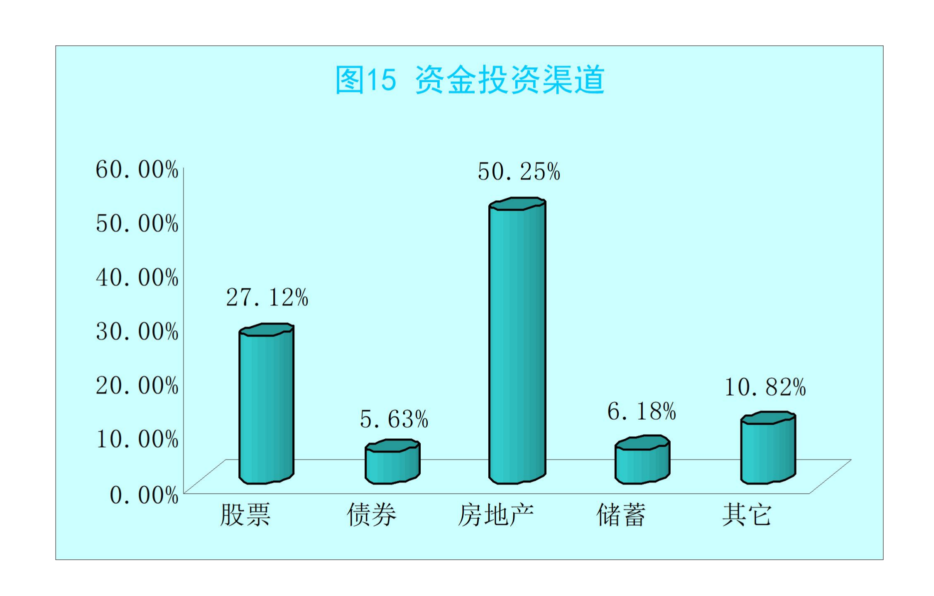


图14 关注因素

	地段	价格	环境	配套	户型	开发商	交通状况
第一因素	47.66%	22.08%	17.15%	3.34%	4.04%	1.99%	2.99%
第二因素	12.26%	39.28%	22.43%	8.03%	9.12%	2.64%	4.84%
第三因素	7.88%	10.67%	26.67%	11.96%	17.95%	4.54%	16.10%
第四因素	6.33%	6.78%	7.18%	16.40%	16.75%	7.43%	23.63%



【考核任务】

请根据某调研中心提供的长沙市民居住情况、消费习惯、心理预期调研数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注

<table>
<tr><td colspan="4">职业素养及
操作规范
（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，信息处理内容体现信息素养；对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">作品（80 分）</td><td colspan="3">卷容格式</td><td>8</td><td>文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）。</td><td rowspan="9">格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="3">文字表达</td><td>10</td><td>语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强</td></tr>
<tr><td rowspan="6"></td><td colspan="2">封面</td><td>8</td><td>要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">目录</td><td>7</td><td>排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">正文</td><td>引言</td><td>12</td><td>简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。</td></tr>
<tr><td>数据资料分析</td><td>20</td><td>对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。</td></tr>
<tr><td>结论及建议</td><td>10</td><td>用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5 分）；并结合企业或客户实际情况提出看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5 分，其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分）。</td></tr>
<tr><td colspan="2">附件</td><td>5</td><td>对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。</td></tr>
<tr><td colspan="4">合计</td><td colspan="2">100</td></tr>
</table>

二、产品推销模块

1.试题编号：2-1,火腿肠推销

（1）任务描述

【背景资料】

双汇集团成立于1958年7月，是以肉类加工为主的大型食品集团。火腿肠是该集团的主打产品，以精制火腿、汉堡火腿等为代表的高温火腿系列；以三明治火腿、香菇火腿、牛肉火腿、啤酒火腿、烟熏里脊、熏烤牛肉、熏烤圆火腿为代表的西式肉制品系列；以台式香肠、麻辣香肠、原味香肠、波兰熏香肠、哈尔滨香肠、上海大红肠、蒜蓉大红肠、啤酒肠为代表的低温灌肠系列；以广式香肠、迷你肉枣、双汇腊肠、水晶肴肉、肘花、五香卤猪蹄、双汇香肚为代表的中式特色肉制品系列；

以汉堡肉饼、肉丸及鸡块为代表的速冻肉制品系列；以清蒸肉类罐头、清真类罐头、蔬菜、水果为代表的鲜冻制品系列等。这些产品具有中西兼顾、高低温结合、生熟互补、品种繁多、档次分明等特色，能满足不同消费者的需要。

产品简介：各种规格齐全，其中王中王火腿肠40g*10支装，

价格¥13．9元。

配料：猪肉、鸡肉、水、淀粉、大豆蛋白、食品添加剂（食用香精、三聚磷酸钠、卡拉胶、山梨酸钾、D-异抗坏血酸钠、红曲红、瓜尔胶、海藻酸钠、亚硝酸钠）白砂糖、食用盐、味精、香辛料；保质期 180天储存方法：卫生、阴凉、通风、干燥处。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，

能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="2">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）</td></tr>
<tr><td>推销</td><td>卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td>推销方</td></tr>
</table>

方案（40分）	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	案字数不少于500字，每少50字扣1分。
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计			100		

2.试题编号：2-2,保险产品推销

（1）任务描述

【背景资料】

客户基本情况：

彭先生，年龄30岁，市区常住人口，郁金香商场店面个体户老板，夫妇两从事窗帘零售与批发，年收入20万。家里有4个月大的女儿及年迈父母。老客户，财产险方面已经购买店铺财产保险、家庭财产险、车险；人寿保险方面全家人均买有人身意外险、重大疾病险及投资分红险，保险意识较强。但是女儿缺少医疗保险、也未买城镇居民医疗保险。

产品简介：

产品名称——少儿还本型补贴医疗综合保险

产品特点：

A、保费低、保障高，保险金额20万，少儿因意外伤害或疾病住院所花的费用报销85%，没有免赔额，全年最高可赔付2万；此外还有误工费补贴，少儿因病住院需要照顾，公司按照实际住院天数报销100元每天的误工费。

B、百分百还本。保险期30年，不管有无理赔或赔多赔少，少儿30岁时公司一次性返还所交的保险费，

C、 除了还本之外，年年参与公司的分红。

产品建议书内容：少儿定期还本型补贴医疗综合险：0岁女婴，保费20660元，分十年交费，每年交费2066元。保险期30年，保险金额20万元。）

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当

的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地配备至少1年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范（20分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="6">推销方案（40分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="6">推销方案字数不少于500字，每少50</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="4">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="4"></td><td rowspan="4"></td><td>推销背景与目的</td><td>5</td><td>结合背景材料及产品特点阐述推销目的</td><td rowspan="4">字扣1分。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">推销实施</td><td rowspan="3">20</td><td>寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述</td></tr>
<tr><td>推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）</td></tr>
<tr><td>推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）</td></tr>
<tr><td rowspan="12">推销演示（40分）</td><td colspan="2" rowspan="4">推销开场（5分）</td><td>1</td><td>微笑：推销第一技能，做到自然大方</td><td rowspan="4">开场白新颖、吸引顾客。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>问候：打开话题的前提，做到文明礼貌</td></tr>
<tr><td>1</td><td>注视：用眼睛传递诚恳自信</td></tr>
<tr><td>1</td><td>自我介绍：姓名、单位、来意</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="8">推销过程（25分）</td><td>2</td><td>观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机</td><td rowspan="8"></td></tr>
<tr><td>3</td><td>能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法</td></tr>
<tr><td>3</td><td>推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方</td></tr>
<tr><td>2</td><td>推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪</td></tr>
<tr><td>5</td><td>能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益</td></tr>
<tr><td>2</td><td>能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任</td></tr>
<tr><td>3</td><td>能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣</td></tr>
<tr><td>5</td><td>能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.</td></tr>
<tr><td rowspan="4"></td><td colspan="2" rowspan="4">推销结束（10分）</td><td>2</td><td>及时把握成交机会，结束推销</td><td rowspan="5"></td></tr>
<tr><td>3</td><td>征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式</td></tr>
<tr><td>2</td><td>推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象</td></tr>
<tr><td>3</td><td>限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td colspan="2">100</td></tr>
</table>

3.试题编号：2-3,罗莎油辣椒酱推销

（1）任务描述

【背景资料】

罗莎蛋糕店（长沙罗莎食品有限公司），于1993年3月创立于长沙，是台商独资从事开发、生产、销售的食品企业，十年专业蛋糕制作，网络遍及长沙，目前市场已经覆盖湖南、湖北、四川、江西等11个城市，现已组成集团公司，总部设在长沙，含罗莎蛋糕、罗莎

台北豆浆、罗莎牛排三个系列产品，下设 11 家公司，200 多个连锁专卖店，1000 多名员工，是国内糕点行业最大的企业之一。罗莎（ROSA）已经成为食品行业的知名品牌。经营范围包括罗莎蛋糕、罗莎台北豆浆、罗莎牛排。

产品简介：罐装罗莎油辣椒酱

净含量:180 克/瓶；保质期 90 天；售价：10 元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现

场推销）。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20分）			10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
			10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）	
推销方案（40分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的	

			信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计		100		

4.试题编号：2-4,冷酸灵牙膏推销

（1）任务描述

【背景资料】

冷酸灵是中国最早的国产牙膏品牌之一,是中国抗牙齿敏感领域的领导品牌及中国国产牙膏第一品牌。重庆登康口腔护理用品股份有限公司作为中国口腔清洁护理用品工业协会的理事长单位,登康公司一直以“改善民众口腔健康”为企业使命，成立了中国首家抗牙齿敏感研究中心——“冷酸灵牙齿抗敏感研究中心”，冷酸灵作为登康公司的主力品牌，一直坚持了解消费者口腔保健需求，坚守民族品牌的社会责任，致力于研究、开发适合国人口腔保健的优质优惠的口腔护理产品，提升整体口腔护理水平，强力塑造冷酸灵“抗牙齿敏感专家形象”打下了坚实的基础。

“冷酸灵”品牌系列产品，自投放市场以来，以解决牙齿敏感、增强牙齿对冷热酸甜的耐受力等多种功效著称,深受消费者喜爱和推荐，在中国畅销了几十年，是很多家庭优质的生活伴侣，陪伴着几代人的健康成长。其“冷热酸甜，想吃就吃”广告语可谓家喻户晓，倡导的“缓解牙齿敏感、畅享生活乐趣”的价值承诺，让消费者畅享生活美食，身体全面健康，深得消费者认同、信任和称赞。专研抗敏系列、专业抗敏系列、双重抗敏感系列、基础抗敏感系列、儿童护理牙膏等，主要产品有专研抗敏牙膏、迅康牙膏、芦荟晶爽、清泉爽白、

冰柠劲爽，井盐爽白、去渍亮白、茶清新、美白抗敏、防菌抗敏、健齿护龈，以及印象最深刻的冷酸灵抗敏感牙膏。

产品简介：冷酸灵抗敏感牙膏薄荷香型 200g，一支装¥9；两支装¥16.5；三支装¥24.8。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20 分）			10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
			10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	
推销方案（40 分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推销演示（40 分）	推销开场（5 分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25 分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	

		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计		100		

5.试题编号：2-5,洗衣液推销

（1）任务描述

【背景资料】

联合利华旗下全球领先家庭护理品牌——奥妙，进入1993年中国市场以来，凭借全球领先科技和消费者洞察，坚持为中国消费者带来高品质的洗衣产品，获得了消费者广泛认可和信赖。奥妙净蓝洗衣液是专为中国人设计的产品，多年潜心研发而成。其配方蕴含了很多具有针对性的先进科技，洁净力超群，突破了国内市场上现有洗衣产品的功能局限，特别针对妈妈们的深层洗涤需求，及不同的洗涤习惯研制了八大洁净功效，全面解决衣物十大死角问题。奥妙提出品牌所倡导的儿童成长理念：让儿童在玩耍，户外活动中开发创造力，更好地发展综合能力。奥妙相信，让孩子在玩耍中开发创造力和综合能力，至于玩耍中带来的衣物污渍就留给奥妙轻松解决。

产品简介：奥妙洗衣液，有袋装、瓶装，多种规格，价格不同。

其中500g袋装，¥12.50元；2000g瓶装，¥38元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当

的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="6">推销方案（40 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="6">推销方案字数不少于 500 字，每少 50</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="4">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
</table>

		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	字扣1分。
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计			100		

6.试题编号：2-6,立白洗洁精推销

（1）任务描述

【背景资料】

“立白”是立白集团旗下第一大品牌,而作为中国洗涤用品领域的领导品牌，”立白“拥有全国销量第一的洗衣粉、洗洁精以及全国销量领先的洗衣皂、洗衣液和小液洗产品。立白洗洁精有专门特别添

加天然矿物盐精华的洗洁精，能有效去除水果蔬菜上的残留农药，让您和家人能更安全的食用蔬果，保护您和家人的健康。

产品简介：立白新金桔洗洁精，产品特点：多30%金桔精华，强效去油更清新。其中480g瓶装，¥6.80元；桶装1290g,¥21.80元，价格实惠。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地配备至少1年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范（20分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="10">推销方案（40分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="10">推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="8">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
<tr><td>推销背景与目的</td><td>5</td><td>结合背景材料及产品特点阐述推销目的</td></tr>
<tr><td rowspan="3">推销实施</td><td rowspan="3">20</td><td>寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述</td></tr>
<tr><td>推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）</td></tr>
<tr><td>推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）</td></tr>
<tr><td rowspan="10">推销演示（40分）</td><td colspan="2" rowspan="4">推销开场（5分）</td><td>1</td><td>微笑：推销第一技能，做到自然大方</td><td rowspan="4">开场白新颖、吸引顾客。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>问候：打开话题的前提，做到文明礼貌</td></tr>
<tr><td>1</td><td>注视：用眼睛传递诚恳自信</td></tr>
<tr><td>1</td><td>自我介绍：姓名、单位、来意</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="6">推销过程（25分）</td><td>2</td><td>观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机</td><td rowspan="6"></td></tr>
<tr><td>3</td><td>能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法</td></tr>
<tr><td>3</td><td>推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方</td></tr>
<tr><td>2</td><td>推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪</td></tr>
<tr><td>5</td><td>能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益</td></tr>
<tr><td>2</td><td>能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任</td></tr>
</table>

		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计		100		

7.试题编号：2-7,维达纸巾推销

（1）任务描述

【背景资料】

维达集团创建于1985年。维达纸业集团是一家集研究、开发 、生产、销售为一体的现代化生活用纸大型企业，是中国卫生用纸行业产品最多、销售量最大的企业之一。旗下产品品种多，规格齐全；有卷筒纸、抽纸、纸巾。

产品简介：维达Feel手帕纸4层印花纸巾*12包(幸运装），价格：¥6.5元，价格实惠。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，

及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20 分）			10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
			10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	
推销方案（40 分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），	

				成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推销演示（40 分）	推销开场（5 分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25 分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10 分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
合计			100		

8.试题编号：2-8,金帝巧克力推销

（1）任务描述

【背景资料】

金帝巧克力是中粮金帝食品(深圳)有限公司的主要产品,属于巧克力十大品牌。1991 年，金帝为国人带来了第一块真正的欧派巧克力，金帝巧克力以其高贵感性、时尚活力的特质，让我们领略欧洲大陆的严谨与浪漫风情。金帝在制造第一块巧克力时，便注入了世界上最优秀的可可天分。金帝将人们偏爱巧克力的理由，融入每一块巧克力，凝练出最纯正经典的欧洲大陆风味。

产品简介：金帝果仁巧克力(什锦装土耳其榛仁、美国腰果）168g，￥24.80 元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	注备

<table>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范
（20 分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="10">推销方案（40 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="10">推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="8">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
<tr><td>推销背景与目的</td><td>5</td><td>结合背景材料及产品特点阐述推销目的</td></tr>
<tr><td rowspan="3">推销实施</td><td rowspan="3">20</td><td>寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述</td></tr>
<tr><td>推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）</td></tr>
<tr><td>推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）</td></tr>
<tr><td rowspan="12">推销演示（40 分）</td><td colspan="2" rowspan="4">推销开场
（5 分）</td><td>1</td><td>微笑：推销第一技能，做到自然大方</td><td rowspan="4">开场白新颖、吸引顾客。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>问候：打开话题的前提，做到文明礼貌</td></tr>
<tr><td>1</td><td>注视：用眼睛传递诚恳自信</td></tr>
<tr><td>1</td><td>自我介绍：姓名、单位、来意</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="8">推销过程
（25 分）</td><td>2</td><td>观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机</td><td rowspan="8"></td></tr>
<tr><td>3</td><td>能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法</td></tr>
<tr><td>3</td><td>推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方</td></tr>
<tr><td>2</td><td>推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪</td></tr>
<tr><td>5</td><td>能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益</td></tr>
<tr><td>2</td><td>能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任</td></tr>
<tr><td>3</td><td>能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣</td></tr>
<tr><td>5</td><td>能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.</td></tr>
</table>

	推销结束（10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
合计		100		

9.试题编号：2-9,百雀羚护手霜推销

（1）任务描述

【背景资料】

百雀羚创立于 1931 年，拥有八十年专业护肤历史，是中国化妆品行业屈指可数的经典国货厂商。悠久的历史，承载着辉煌的业绩，成就了百雀羚品质如金的美誉。品牌曾多次被评为“上海著名商标”，并获“中国驰名商标”等称号。公司致力于为消费者创造天然温和的优质护肤品。传承经典，勇于创新，百雀羚将传统中医理念与现代科技相结合，先后推出了多款“草本护肤”系列产品，引领国货护肤新概念。公司拥有知名品牌如：百雀羚、凤凰、小百羚、Disney，主要生产的大类产品有：护肤用品、洗护发用品、个人清洁用品、花露水和美容化妆用品等优质的产品。

产品简介：百雀羚护手霜 75g，￥15 元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，

及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地配备至少1年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范（20分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="9">推销方案（40分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="9">推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="7">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
<tr><td>推销背景与目的</td><td>5</td><td>结合背景材料及产品特点阐述推销目的</td></tr>
<tr><td rowspan="2">推销实施</td><td rowspan="2">20</td><td>寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述</td></tr>
<tr><td>推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），</td></tr>
</table>

			成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计		100		

10.试题编号：2-10,统一老坛酸菜牛肉面推销

（1）任务描述

【背景资料】

统一企业是台湾一家大型食品公司，在东亚、东南亚均有很高的知名度，也是台湾规模最大的食品业者之一。其总部位于台南市永康区。公司产品主要有饮料和方便面。1992年开始在大陆投资设厂。1998年，统一企业（中国）投资有限公司在上海成立，统筹管理在大陆各投资企业的资源与运营。历经多年的努力，在祖国大陆成长为以方便面、饮料、乳品、糕饼、酱油等产品为主的综合民生产业集团。

产品简介：统一老坛酸菜牛肉面

统一100方便面采用独创的真火烹香工艺，用爆、炒、炖、煮等烹饪方法使新鲜食材在真火加热下发生美拉德反应，充分释放自然风味，然后配以模拟“搓、揉、捏、挤、拉、甩、扯、拖、弹”手打工艺的面条。打面9式，真火烹香真火配打面，美味新标准！Q劲十足。浓郁的汤汁，诱人的香味，劲道的面身，让您用餐后心情愉悦，回味无穷！而统一来一桶老坛酸菜最大的特点是它的酸菜包，里面的酸菜采用的不是东北普通的酸菜，是用南方特有的一种菜，加上四川特有的严雪水，密封在坛子里腌制九九八十一天。所以味道与众不同，酸爽解腻，里面的酸味都是发至酸菜的，一点醋都没有。

净含量：面饼+配料120g；面饼：85克

类型：油炸方便面

￥4元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注

场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地配备至少1年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范
（20分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="10">推销方案（40分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="10">推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="8">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
<tr><td>推销背景与目的</td><td>5</td><td>结合背景材料及产品特点阐述推销目的</td></tr>
<tr><td rowspan="3">推销实施</td><td rowspan="3">20</td><td>寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述</td></tr>
<tr><td>推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）</td></tr>
<tr><td>推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）</td></tr>
<tr><td rowspan="4">推销演示（40分）</td><td colspan="2" rowspan="4">推销开场
（5分）</td><td>1</td><td>微笑：推销第一技能，做到自然大方</td><td rowspan="4">开场白新颖、吸引顾客。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>问候：打开话题的前提，做到文明礼貌</td></tr>
<tr><td>1</td><td>注视：用眼睛传递诚恳自信</td></tr>
<tr><td>1</td><td>自我介绍：姓名、单位、来意</td></tr>
</table>

		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
	推销过程（25 分）	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
		2	及时把握成交机会，结束推销	
	推销结束（10 分）	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
合计		100		

11.试题编号：2-11,旺旺食品推销

（1）任务描述

【背景资料】

旺旺集团是一个以食品产销为主干的台湾集团，由蔡衍明所创立，发迹于台湾，之后进入中国大陆、日本和新加坡市场。旺旺集团的营运重心及主要获利来源皆在中国大陆，仅大陆一地即开设有 40 家以上的分公司、110 家以上的工厂。旺旺食品主要有：米果、饮料、休闲、糖果等，品类多。

产品简介：旺旺仙贝/米饼，450g，￥16.8 元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，

能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20 分）		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	
推销	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方

方案（40分）	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	案字数不少于500字，每少50字扣1分。
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计			100		

12.试题编号：2-12,卡士酸奶推销

（1）任务描述

【背景资料】

卡士奶制品源自于广东省一家绿雪公司（总部设在深圳），这家公司是在 1999 年创建的，主要生产加工酸奶、奶牛等奶制品，坚持高标准严格要求律已，自成立以来，公司通过成功的实施高品位、高品质、高标准的产品战略，在实现企业飞速发展的同时，也建立了“卡士”高贵、典雅的品牌形象和独特的“欧陆风情”品牌文化。卡士系列产品已经成为政府接待、白领消费市场、高端乳品消费市场的首选品牌。企业的理念是为消费者提供最优质的产品和服务。分原味和果味酸奶等几个系列多个品种。

产品简介：卡士红枣酸奶，3*115g，￥13.5 元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家	必备

<table>
<tr><td></td><td>2名、模拟顾客2名、计时员1名</td><td></td></tr>
</table>

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范（20分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="10">推销方案（40分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="10">推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="8">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
<tr><td>推销背景与目的</td><td>5</td><td>结合背景材料及产品特点阐述推销目的</td></tr>
<tr><td rowspan="3">推销实施</td><td rowspan="3">20</td><td>寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述</td></tr>
<tr><td>推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）</td></tr>
<tr><td>推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）</td></tr>
<tr><td rowspan="7">推销演示（40分）</td><td colspan="2" rowspan="4">推销开场（5分）</td><td>1</td><td>微笑：推销第一技能，做到自然大方</td><td rowspan="4">开场白新颖、吸引顾客。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>问候：打开话题的前提，做到文明礼貌</td></tr>
<tr><td>1</td><td>注视：用眼睛传递诚恳自信</td></tr>
<tr><td>1</td><td>自我介绍：姓名、单位、来意</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="3">推销过程（25分）</td><td>2</td><td>观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机</td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>3</td><td>能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法</td></tr>
<tr><td>3</td><td>推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方</td></tr>
</table>

		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
合计		100		

13.试题编号：2-13,浪莎丝袜推销

（1）任务描述

【背景资料】

浪莎集团成立于 1995 年，旗下拥有浪莎针织、蓝枫袜业、宏光针织、立芙纺织、浪莎小额贷款公司、浪莎房地产、安行光伏、蓝也光电等十多家分公司及五个海外贸易公司,浪莎目前已发展成为集袜子、服饰、家等多元化产业集团。说到丝袜的品牌，绝大部分人都是会想浪莎；拥有三十个大类百个花色品种、年产两亿多双袜子。

产品简介：浪莎超薄水晶裤袜，￥10.5 元/双；浪莎超薄水晶短袜，12 双，￥15 元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当

的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地配备至少1年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范（20分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="6">推销方案（40分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="6">推销方案字数不少于500字，每少50</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="4">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
</table>

		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	字扣1分。
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计			100		

14.试题编号：2-14,白沙溪黑茶推销

（1）任务描述

【背景资料】

湖南省白沙溪茶厂股份有限公司前身是湖南省白沙溪茶厂（国有），创建于一九三九年，曾创造了我国紧压茶史上的数个第一，即1939年中国第一片黑砖茶，1953年湖南第一片茯砖茶，1958年中国第一片花砖茶。开发、研制了青砖茶和普洱茶；挖掘、继承和发展了

民间传统茶叶产品天、贡、生尖茶和花卷茶（俗称千两茶）。拥有国家专利52件（其中发明专利8件），拥有注册商标40余个；拥有国内领先的自动化清洁化砖茶生产线、立体化茯砖茶成型车间、茶叶净化分选车间及制茶机械设备千余台；拥有有机生态茶园基地12000亩。公司是中国茶叶行业百强企业、国家AAA级旅游景区、湖南省农业产业化龙头企业、湖南省高新技术企业，白沙溪是“中国黑茶标志性品牌”、“中国驰名商标”、“湖南老字号”，白沙溪黑茶是“湖南名牌产品”。公司主要产品有“白沙溪”牌黑砖茶、茯砖茶、花砖茶、湘尖茶、千两茶、礼品茶及高新技术产品等七大系列200多个品种。

产品简介：黑茶是我国六大茶类之一，也是我国特有的一大茶类，湖南以其居全国60%的产销量，堪称黑茶大省，是我国最大的黑茶产地，而湖南黑茶的起源之地，就在位于安化县境内的白沙溪茶厂。作为中国特有的一大茶类，黑茶自然有他的独到之处。此类茶在加工过程中产生一种叫普诺尔的成份，该成份有良好的防止脂肪堆积的作用，故日、韩等国将黑茶当作减肥的首选饮品。在产地及西北的几百年的饮用体验证明了其在消食、解油腻、调理肠胃等方面有显著功效，西北地区甚至流传着“宁可三日无粮，不可一日无茶”的说法，除此之外，黑茶还有降血压、降血脂、降血糖、养胃、健胃、通三焦、利尿、减肥等方面的功用，更被誉为“中国丝绸之路上神秘之茶、西北少数民族生命之茶”。

天茯茶(1kg)原料：一级黑毛茶

规格：20盒/件

零售价：￥330。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20 分）	10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
	10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；	

				很差：3分以下）	
推销方案（40分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计			100		

15.试题编号：2-15,苹果手机推销

（1）任务描述

【背景资料】

苹果公司（Apple Inc.）是美国一家高科技公司。由史蒂夫·乔布斯、斯蒂夫·沃兹尼亚克和罗·韦恩(Ron Wayne)等人于1976年4月1日创立，并命名为美国苹果电脑公司（Apple Computer Inc.），2007年1月9日更名为苹果公司，总部位于加利福尼亚州的库比蒂诺。苹果公司创立之初，主要开发和销售的个人电脑，截至2014年致力于设计、开发和销售消费电子、计算机软件、在线服务和个人计算机。苹果的Apple II于1970年代开启了个人电脑革命，其后的Macintosh接力于1980年代持续发展。该公司硬件产品主要是Mac电脑系列、iPod媒体播放器、iPhone智能手机和iPad平板电脑；在线服务包括iCloud、iTunes Store和App Store；消费软件包括OS X和iOS操作系统、iTunes多媒体浏览器、Safari网络浏览器，还有iLife和iWork创意和生产套件。苹果公司在高科技企业中以创新而闻名世界。2018年5月21日，2018年《财富》美国500强排行榜发布，苹果公司位列第四。

产品简介： AppleiPhone 8 Plus

机身存储：128GB；不支持存储卡；后置双摄摄像头，1200万后摄主摄像素;5.5英寸主屏幕尺寸;iOS(Apple)操作系统;价格:￥4899元。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求:推销方案结构合理,内容完整;可操作性强,能达到推销目的；推销开场白做到与众不同,用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，

能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="7">推销方案（40 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="7">推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="5">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
<tr><td>推销背景与目的</td><td>5</td><td>结合背景材料及产品特点阐述推销目的</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3"></td><td rowspan="3"></td><td rowspan="3">推销实施</td><td rowspan="3">20</td><td>寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述</td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）</td></tr>
<tr><td>推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）</td></tr>
<tr><td rowspan="12">推销演示（40 分）</td><td colspan="2" rowspan="4">推销开场（5 分）</td><td>1</td><td>微笑：推销第一技能，做到自然大方</td><td rowspan="4">开场白新颖、吸引顾客。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>问候：打开话题的前提，做到文明礼貌</td></tr>
<tr><td>1</td><td>注视：用眼睛传递诚恳自信</td></tr>
<tr><td>1</td><td>自我介绍：姓名、单位、来意</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="8">推销过程（25 分）</td><td>2</td><td>观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机</td><td rowspan="8"></td></tr>
<tr><td>3</td><td>能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法</td></tr>
<tr><td>3</td><td>推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方</td></tr>
<tr><td>2</td><td>推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪</td></tr>
<tr><td>5</td><td>能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益</td></tr>
<tr><td>2</td><td>能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任</td></tr>
<tr><td>3</td><td>能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣</td></tr>
<tr><td>5</td><td>能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.</td></tr>
<tr><td rowspan="4"></td><td colspan="2" rowspan="4">推销结束（10 分）</td><td>2</td><td>及时把握成交机会，结束推销</td><td rowspan="5"></td></tr>
<tr><td>3</td><td>征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式</td></tr>
<tr><td>2</td><td>推销结束,注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象</td></tr>
<tr><td>3</td><td>限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td colspan="2">100</td></tr>
</table>

16.试题编号：2-16,健身卡推销

（1）任务描述

【背景资料】

某健身房全场均采用高档商用健身设备,让您事半功倍的享受运动乐趣。健身房配有大型多功能健身操房及高温瑜伽房并开设有 10 种以上的健美课程（持卡者可免费听课）。

产品简介：健身卡，（年卡：2999 元）价格实惠、服务好。

（备注：健身房品牌学生可以自拟）

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20 分）	10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严
	10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有	

				良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	重违纪情况者本项目记 0 分。
推销方案（40 分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推销演示（40 分）	推销开场（5 分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25 分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10 分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
合计			100		

17.试题编号：2-17,美容卡推销

（1）任务描述

【背景资料】

某美容美发店（机构名称自定），推出一批消费卡，面值5000元及以上的卡，六折消费；面值5000-3000元的卡，七折消费；面值3000元以下卡，八折消费，该美容美发店的知名度高，服务良好，美容美发师技艺精湛，所用产品安全可靠，收费合理；提供免费营养粥、各种茗茶。

产品简介：美容卡，（年卡：5000元、3000元、2000元），价格实惠、服务好。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备

设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20 分）			10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
			10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	
推销方案（40 分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推销演示（40 分）	推销开场（5 分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	

	推销过程（25 分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
合计		100		

18.试题编号：2-18,盐津铺子休闲食品推销

（1）任务描述

【背景资料】

盐津铺子食品有限公司是由香港盐津铺子（国际）食品实业有限公司于 1998 年在湖南投资创建的一家主要从事食品加工和销售的综合性企业。公司注册资金 5000 万元。从成立以来，公司以市场为导向，生产以葡萄、桃肉、桃片、生姜等为基本原材料，加工成为盐津葡萄、盐津桃肉、盐津桃片、冰醋姜等高档果脯系列的农产品加工龙头企业。目前“盐津铺子”已成为国内著名休闲食品品牌，是新一代休闲食品的代表。公司主营 6 大系列产品：豆制品类，蜜饯类，炒货类，肉制品类，坚果类，干果类，最有特色的休闲零食品牌。

产品简介：盐津铺子话梅，瓶装 248g,价格：￥13.5 元

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对

客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地配备至少1年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20分）	10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者
	10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的	

				沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	本项目记 0 分。
推销方案（40 分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推销演示（40 分）	推销开场（5 分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25 分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10 分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
合计			100		

19.试题编号：2-19,伊利牛奶推销

（1）任务描述

【背景资料】

内蒙古伊利实业集团股份有限公司,是中国唯一一家同时服务于奥运会和世博会的大型民族企业。伊利以极其稳健的增长态势成为持续发展的乳品行业代表，是目前唯一一家进入全球10强的亚洲乳品企业。伊利是中国绿色事业的先行者和奠基人之一，首次提出打造“绿色产业链”构想。伊利集团由液态奶、冷饮、奶粉、酸奶和原奶五大事业部组成，所属企业近百个，旗下拥有金典有机奶、营养舒化奶、QQ星儿童成长奶、味可滋、巧乐兹、伊利牧场、冰工厂、金领冠、托菲尔、每益添、安慕希等1000多个产品品种。 伊利始终致力于生产100%安全、100%健康的乳制品，是唯一一家掌控西北、内蒙古和东北等三大黄金奶源基地的乳品企业,拥有中国规模最大的优质奶源基地，以及众多的优质牧场，为原奶长期稳定的质量和产量提供了强有力保障。伊利集团拥有世界一流的质量标准体系和管理制度,伊利在自身产品品质锻造和管理标准中不断地创新优化,其检测项目成为行业品质管理的标杆。伊利倡导健康的生活方式，通过与消费者的沟通与互动，宣传绿色理念，分享绿色行动，倡导绿色生活，促进环境保护和社会和谐。

产品简介：安慕希酸奶，是全程无添加防腐剂，无添加甜味剂，无添加人工色素，健康营养；盒装205g,市场价￥6元；12*205g,市场价￥68元/箱。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，

能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	注备
职业素养及操作规范（20 分）		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10 分；好：7-8 分；一般：5-6；差：3-4 分；很差：3 分以下）	
推销	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方

方案（40分）	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	案字数不少于500字，每少50字扣1分。
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束（10分）		2	及时把握成交机会，结束推销	
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计			100		

20.试题编号：2-20,红富士苹果推销

（1）任务描述

【背景资料】

红富士（Malus pumila Mill）是从普通富士的芽（枝）变中选育出的着色系富的统称。富士苹果是日本农林水产省果树试验场盛冈分场于 1939 年以国光为母本，元帅为父本进行杂交，历经 20 余年，选育出的苹果优良品种，具有晚熟、质优、味美、耐贮等优点，于 1962 年正式命名，是世界上最著名的晚熟苹果品种。中国于 1966 年开始引进富士苹果。1980 年春，农业部组织有关专家赴日本考察时，有选择地引入了长富 2、秋富 1 和长富 6 等几个着色好的富士品系的苗木和接穗，安排在苹果主产区的多个试点进行系统观察和研究。富士果实虽有风味好、晚熟、耐贮等优点，但也存在着果实着色差的缺点。为此，日本各地从富士当中选出了许多着色好的富士芽变，统称为红富士。

产品简介：一级烟台水晶红富士；12.5kg/箱,市场价￥128 元/箱。

【考核任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地配备至少1年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>注备</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">职业素养及操作规范（20分）</td><td>10</td><td>仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静,神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td><td rowspan="2">考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td>10</td><td>表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：3-4分；很差：3分以下）</td></tr>
<tr><td rowspan="10">推销方案（40分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>2</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="10">推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>语言流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="8">具体内容</td><td>推销主题</td><td>3</td><td>主题明确（依据背景材料）</td></tr>
<tr><td>推销对象</td><td>3</td><td>依据产品特点确定推销对象</td></tr>
<tr><td>推销时间</td><td>2</td><td>考核时间当天</td></tr>
<tr><td>推销地点</td><td>2</td><td>结合背景材料自定</td></tr>
<tr><td>推销背景与目的</td><td>5</td><td>结合背景材料及产品特点阐述推销目的</td></tr>
<tr><td rowspan="3">推销实施</td><td rowspan="3">20</td><td>寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述</td></tr>
<tr><td>推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）</td></tr>
<tr><td>推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">推销演示</td><td colspan="2" rowspan="2">推销开场（5分）</td><td>1</td><td>微笑：推销第一技能，做到自然大方</td><td rowspan="2">开场白新颖、</td></tr>
<tr><td>2</td><td>问候：打开话题的前提，做到文明礼貌</td></tr>
</table>

（40分）		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	吸引顾客。
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
	推销结束（10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
合计		100		

三、商务谈判模块

1.试题编号：3-1，经营场所租赁谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：北京雪上飞商贸有限公司（简称：雪上飞公司）

乙方：湖南大围山英华锋滑雪运动场(简称：大围山滑雪场)

雪上飞公司主要从事滑雪器材进口及国内零售业务,在国内大中型滑雪场内开设直营店二十余家，是国内最大的滑雪用品专卖公司。公司经营的产品均是欧洲与北美市场上最受欢迎的滑雪装备,包括销量世界领先的法国ROSSIGNOL、意大利的BIRKO、日本的AXE、丹麦VOLA、深受国际顶级滑雪运动员青睐的意大利BRIKO头盔与雪镜，产品的档次涵盖中、高级两个层次，能够满足中高层面顾客的需求。

大围山滑雪场位于湖南省浏阳市东北部的大围山国家森林公园

内，场址坐落于海拔 1500 米的玉泉寺景区附近，距大围山集镇 25 公里，距离长沙市 148 公里。雪场全年平均温度较山底低 5～8℃。整个场区呈东西向，场地开阔、地势起伏多变。南北两面处于群山环抱之中，林密雪厚，雪景怡人自醉。雪场占地 10 万平方米，包含初、中、高级、专业级雪道、雪圈道，雪道全长近 2000 米，宽度 200～350 米，可容纳约 3000 人同时进行雪上娱乐项目活动，单日接待量可达万人。

雪上飞公司想扩大营销网络，拟在大围山滑雪场开设一家直营店，面积为 60 平方米。而大围山滑雪场也想借助雪上飞这个庞大的营销网络来宣传自己，增加大围山滑雪场的知名度，并且还可以为自己的顾客提供增值服务，同时大围山滑雪场了解到雪上飞公司在北京南山滑雪场也租有 60 平米的店面，年租金 16 万元，南山每个雪季的人流量 13 万余人次，年收入 2000 万元左右，消费者主要是散客。

雪上飞公司营销总监、市场部经理等一行赴大围山滑雪场与其副总经理、场地经理等人进行当面磋商。主要就租赁场所的年租金、租赁的其他附件条款进行谈判。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判走向合作，签订意向协议。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈

判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

1、背对背演讲（各方2分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后1分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和PPT等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得己方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集

思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（2）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（3）对谈判条件进行最后交锋，达成交易。

（4）确认交易条款，签订意向协议。

（5）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家3名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为90分钟(准备及撰写商务谈判计划书60分钟、商务谈判30分钟）。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范(个人表现20分)		20	着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
商务谈判计划	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）。	商务谈判计划书字数

书作品（40分）	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）。	不得少于500字，每少50字，扣1分。
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）。	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）。	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5分），有谈判总结语和结束时的礼节（2分）。	
合计		100		

2.试题编号：3-2，滑雪场采购谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：北京雪上飞商贸有限公司（简称：雪上飞公司）

乙方：新濠中国旅游度假有限公司（简称：新濠公司）

雪上飞公司主要从事滑雪器材进口及国内零售业务，在国内大中型滑雪场内开设直营店二十余家，是国内最大的滑雪用品专卖公司。公司经营的产品均是欧洲与北美市场上最受欢迎的滑雪装备，包括销量世界领先的法国ROSSIGNOL、意大利的BIRKO、日本的AXE、丹麦

VOLA、深受国际顶级滑雪运动员青睐的意大利BRIKO头盔与雪镜，产品的档次涵盖中、高档两个层次，能够满足中高层面顾客的需求。

新濠公司是香港上市公司新濠国际发展有限公司的子公司，新濠国际主营业务是娱乐度假旅游业，在娱乐度假领域有着强大的网络资源、良好的信誉和丰富经验。作为战略投资者，新濠国际已经把滑雪产业定位为未来重点发展的支柱产业。从打造东北冰雪“白金”产业链出发，今年初新濠国际在香港注册成立了香港新濠中国旅游度假有限公司，目前已经收购了国内几家知名的滑雪场，现想采购4000套滑雪板。

包括雪上飞在内的好几家滑雪器材运营商都想与新濠公司合作，分别向新濠公司送了报价表，德国VOLK（沃克）雪具报价2100元/套，奥地利Atomic(阿托密)报价2400元/套。

法国ROSSIGNOL（金鸡）公司给雪上飞滑雪板出厂价为160欧元/套。雪上飞公司委派营销总监、产品部经理等一行到新濠公司洽谈购销事宜。希望借这批滑雪板业务与新濠建立良好关系，将来供应更多的滑雪设备。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判走向合作，签订意向协议。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈

判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

1、背对背演讲（各方2分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后1分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和PPT等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露已方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得己方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集

思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（2）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（3）对谈判条件进行最后交锋，达成交易。

（4）确认交易条款，签订意向协议。

（5）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（2）实施条件

项目	**基本实施条件**	**备注**
场地	商务谈判室40平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家3名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为90分钟(准备及撰写商务谈判计划书60分钟、商务谈判30分钟）。

（4）评分细则

评价内容		**配分**	**评分细则**	**备注**
职业素养及操作规范(个人表现20分）		20	着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
商务谈判计划	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）。	商务谈判计划书字数

书作品（40分）	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）。	不得少于500字，每少50字，扣1分。
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）。	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）。	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5分），有谈判总结语和结束时的礼节（2分）。	
合计		100		

3.试题编号：3-3，供应商谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：湖南华鹏实业有限公司（华鹏公司）

乙方：大众超市有限公司（简称：大众超市）

华鹏公司位于中国卤菜之都--武岗市，公司主要经营麻辣香干、手撕豆干、武岗铜鹅、猪血丸子、盐豆腐等。华鹏卤菜采集武岗百家卤菜之精华，采用传统工艺，精选无污染优质原料，佐以多种中草药精工卤制，科学加工而成。其颜色黑亮、口感纯正、回味无穷、营养

丰富、健脾开胃、增进食欲，是最具中国卤菜之都—湖南武冈特色的传统风味食品，是馈赠亲友、居家、旅游、休闲、佐餐之首选。是最具特色的湖南特产，“华鹏系列”豆制品深受各界人士的喜爱，获得消费者的高度好评。荣誉：“湖南省著名商标”、“湖南省名牌产品”、“湖南十大特色食品”、“湖南农业产业化龙头企业”。

大众超市属于新设立的超市，资金比较充裕。超市商圈内居民你居住密集，没有其他强劲的竞争对手，但缺乏采购经验，而且又急于开业；必须以低价形象在市场上立足。

所有的供应商都很希望与大众超市合作，但对超市的结款信誉不放心，所以条件十分苛刻，所有报价都上浮了10%以上。

大众超市的采购经理一行人来华鹏公司生产工厂进行实地考察，并与华鹏公司销售经理为首的谈判小组就麻辣香干、手撕豆干、武岗铜鹅、猪血丸子、盐豆腐等供货事宜进行商议。主要就供货价格、商品质量和保证结款等方面展开谈判。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评分细则见，商务谈判评分细则中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

1、背对背演讲（各方2分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后1分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和PPT等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露已方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得已方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

（2）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（3）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（4）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（5）如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家3名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为90分钟（准备及撰写商务谈判计划书60分钟、商务谈判30分钟）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="2">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="2">职业素养及操作规范（个人表现20分）</td><td>20</td><td>着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">商务谈判计划书作品（40分）</td><td>格式表达</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）。</td><td rowspan="3">商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分。</td></tr>
<tr><td>谈判主题、时间、地点</td><td>5</td><td>谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）。</td></tr>
<tr><td>谈判人员及分工</td><td>5</td><td>有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）。</td></tr>
</table>

	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）。	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5分），有谈判总结语和结束时的礼节（2分）。	
合计		100		

4.试题编号：3-4，绿茶项目合资(合作)

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：某品牌绿茶公司（A方）

乙方：某建材公司（B方）

1、甲方背景资料

①品牌绿茶产自美丽而神秘的某省，它位于中国的西南部，海拔超过2200米。在那里，优越的气候条件下生长出优质且纯正的绿茶，它的茶多酚含量超过35%，高于其他(已被发现的)茶类产品。茶多酚具有降脂、降压、减少心脏病和癌症的发病几率。同时，它能提高

人体免疫力，并对消化、防疫系统有益。

②已注册生产某一品牌绿茶，品牌和创意都十分不错，品牌效应在省内正初步形成。

③已经拥有一套完备的策划、宣传战略。

④已经初步形成了一系列较为顺畅的销售渠道，在全省某一知名连锁药房及其他大型超市、茶叶连锁店都有设点，销售状况良好。

⑤品牌的知名度还不够，但相信此品牌在未来几年内将会有非常广阔的市场前景。

⑥缺乏足够的资金，需要吸引资金，用于扩大生产规模、扩大宣传力度。

⑦现有的品牌、生产资料、宣传策划、营销渠道等一系列有形资产和无形资产，估算价值 300 万元人民币

2、乙方背景资料

①经营建材生意多年，积累了一定的资金。

②准备用闲置资金进行投资，由于近几年来保健品市场行情不错，故投资的初步意向为保健品市场。

③投资预算在 1 50 万人民币以内。

④希望在一年内能够见到回报，并且年收益率在 20%以上。

⑤对保健品市场的行情不甚了解，对绿茶的情况也知之甚少，但 A 方对其产品提供了相应资料。

⑥据调查得知 A 方的绿茶产品已经初步形成了一系列较为畅通的销售渠道，在全省某连锁药房销售状况良好，但知名度还有待提高。

3、谈判背景资料

①得知 A 方要求出资额度不低于 50 万元人民币。

②要求由 A 方负责进行生产、宣传以及销售。

③要求 A 方对资产评估的 300 万元人民币进行合理的解释。

④如何保证资金的安全，对资金的投入是否会得到回报的保障措

施要求进行相应的解释。

⑤B 方要求年收益达到 20%以上，并且希望 A 方能够用具体情况保证其能够实现。

⑥B 方要求 A 方对获得资金后的使用情况进行解释。

⑦风险分担问题(例如可以购买保险，保险费用可计入成本)。

⑧利润分配问题。

4、谈判目标

①解决双方合资(合作)前的疑难问题。

②达到合资(合作)目的。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判走向合作，签订意向协议。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分细则见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分

展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得己方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（2）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（3）对谈判条件进行最后交锋，达成交易。

（4）确认交易条款，签订意向协议。

（5）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（个人表现 20 分）		20	着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
商务谈判计划书作品（40 分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2 分），文字表达流畅，逻辑性强（2 分），封面名称、时间清晰（1 分）。	商务谈判计划书字数不得少于 500 字，每少 50 字，扣 1 分。
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2 分）、谈判时间、地点具体（3 分）。	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2 分），谈判角色分工明确、职责清晰（3 分）。	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2 分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3 分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2 分）、谈判最低目标（2 分）、谈判可接受目标（1 分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5 分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5 分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结	

			束策略设计（5分）。	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5分），有谈判总结语和结束时的礼节（2分）。	
合计		100		

5.试题编号：3-5，啤酒经销谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：A经销商（买方）

乙方：B啤酒生产厂（卖方）

A经销商主要经营烟、酒类副食品的知名品牌，由于经销理念先进，销售队伍实力雄厚，加上经营管理得力，在几年内迅速发展成为当地烟、酒经销商中的老大。许多的知名烟、酒厂家都希望与其合作，借助这一销售平台打入该地区的市场。B啤酒生产商的产品目前在全国有一定知名度，但上市时间比较短，各地市场还没有全面开发，准备来到A经销商所在城市，选择A经销商做独家经销，打开市场。B厂一行5人来到A经销商所在地准备与A经销商谈判。本次谈判的主要内容是确定独家经销关系，明确B厂啤酒经过A经销商要达到的年销量、供应价格、啤酒质量、B厂为A经销商提供的促销支持等。双

方希望通过本次谈判达到强强联合，实现双赢目标。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判走向合作，签订意向协议。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分细则见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构

成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得己方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（2）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（3）对谈判条件进行最后交锋，达成交易。

（4）确认交易条款，签订意向协议。

（5）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为90分钟（准备及撰写商务谈判计划书60分钟、商务谈判30分钟）。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（个人表现20分）		20	着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
商务谈判计划书作品（40分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）。	商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分。
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）。	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）。	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）。	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划	

			设计的策略，巧妙处理僵局（2 分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3 分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5 分），有谈判总结语和结束时的礼节（2 分）。	
合计		100		

6.试题编号：3-6，汽轮机转子毛坯延迟交货索赔谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：意大利 SDF 公司（卖方）

乙方：中国 SQ 公司（买方）

由于近年来中国电力市场迅猛发展，每年新增的机组数量基本上是全世界新增机组数量的 80%左右，所以国内三大汽轮机生产厂家都不同程度的出现了毛坯供应紧张。由于 SQ 公司占有国内电力市场三分之一强的份额，所以毛坯供应问题就越发的凸现。转子毛坯是汽轮机最重要的毛坯件，工艺复杂，加工周期长，在中国只有两家单位可以生产，但他们的生产安排早已被几大汽轮机生产厂家挤满。

2018 年，SQ 公司被迫开始从国外高价进口转子毛坯，主要的供应商有意大利、韩国、德国、英国等国家的重工业企业。

2019 年中，在转子毛坯最紧缺的时候，SQ 公司和意大利的 SDF 公司签订了供货合同。按照合同，意大利 SDF 公司向 SQ 公司提供了 10 根转子毛坯，第一根交货期定于 2019 年 9 月，之后每月交一根。之后双方进行了较好的技术沟通，双方技术人员也互访了对方企业。2019 年 6 月，每一根转子毛坯即将进行最后的加工，估计将历时 2 个月，算上船运时间，刚好满足买方要求，但也可能稍有延误。这时，意大利发生了大规模的劳资纠纷，各重工企业员工在工会领导下纷纷罢工，SDF 公司也卷入了这场全国性的灾难之中。虽然劳资双方相持 40 余天后终于化解了矛盾，但在此时，SDF 公司已经无法按照供货合同按时交货，加上重新整合资源的时间，预计至少将延期 2 个月，这

将对SQ公司的整体生产计划产生重大的影响。由于双方的合同中有对延迟交货的严格巨额罚款，SQ公司决定施行这一处罚条款，一来弥补损失，二来向借此措施向各国供应商提出警告。7月中旬，SQ公司正式向SDF公司开出了达450万美元的罚单。

8天后，SDF公司派出由生产副总裁为首的访问团赴中国与SQ公司进行谈判。谈判的中心围绕罢工事件的定位展开。虽然延迟交货已成事实，但是意大利方面认为罢工属于“不可抗力”，按照合同，由不可抗力产生的延迟交货不适用处罚条例。双方的关系很微妙：罚金数额虽然不小，但是由于SQ公司也有可能会因此而面对自己的客户罚单和名誉损失，所以，按时交货比高额罚单更加重要；对SDF来说，高额罚款将使利润严重下降，也会带来名誉损失。对于双方而言，由于对方都是自己最重要的长期客户之一，长期稳定的合作关系才是双方利益的基础。如何体面、务实的解决这次争端成了摆在双方谈判小组面前的问题。

谈判目标是解决赔偿问题，维护双方长期合作关系。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评分细则见，商务谈判评分细则中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露已方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得已方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

（2）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（3）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（4）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（5）如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="2">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="2">职业素养及操作规范（个人表现 20 分）</td><td>20</td><td>着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">商务谈判计划书作品</td><td>格式表达</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚，内容完整（2 分），文字表达流畅，逻辑性强（2 分），封面名称、时间清晰（1 分）。</td><td rowspan="2">商务谈判计划书字数不得少于 500</td></tr>
<tr><td>谈判主题、时间、地点</td><td>5</td><td>谈判主题明确（2 分）、谈判时间、地点具体（3 分）。</td></tr>
</table>

（40分）	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）。	字，每少50字，扣1分。
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）。	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5分），有谈判总结语和结束时的礼节（2分）。	
合计		100		

7.试题编号：3-7，软件采购谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：蓝天职业技术学院

乙方：北京宇轩科技有限责任公司

随着学生就业压力不断增大，传统的市场营销教学方式已经越来越不能满足现代营销人才培养的要求。现代社会需要实践能力强、有创造力的市场营销人才。如何缩小理论教学与实际营销之间的差距；如何更方便地培养学生的营销实战经验；如何让学生在有限的学习时

间内体会不同行业的营销过程；如何弥补学生企业实习的困难，尽快提高学生实际的营销策划能力等这些问题一直困扰着各个学校的营销教学工作。经过调查研究和充分论证，蓝天职业技术学院拟建设一个市场营销实训室，用 10 万元人民币购置相关的市场营销模拟实训软件，使学生在模拟平台中有机会扮演“市场营销经理”、“市场总监”等角色。从市场调研开始，到市场的细分、定位，从产品的研发、包装，到价格的制定，到产品销售渠道的建设以及广告、服务、促销策略的设计和执行等系统都进行了详细的模拟。系统还采用虚拟时间技术，市场的环境以及消费者的情况时时都在变化，不同的策略组合都会产生不同的营销结果，让学生在变化莫测的环境下营销自己的产品，经营自己的企业等等。通过这种模拟实践的方式，可以有效提高学生的学习兴趣、提升教学效果、保证教学质量。在学生毕业设计的时候也可以利用专业的市场营销调查和分析软件包作为工具。

双方是第一次进行采购谈判，就市场营销模拟平台软件的价格、付款方式、保持要求和软件升级、软件安装和培训教师使用等方面展开谈判。

北京宇轩科技有限责任公司刚好是开发市场营销实训软件的公司，整个软件的报价表如下：

序号	软件名称	版本号	市场报价	优惠价	备注
1	《市场营销模拟平台软件》	V4.00	8.8 万	4.3 万	B/结构
2	《市场调查与客户管理软件》	V4.00	7.8 万	3.2 万	B/结构
3	《连锁加盟创业训练软件》	V4.00	12.8 万	6.8 万	B/结构
4	《市场营销沙盘演练软件》	V4.00	8.8 万	4.8 万	B/结构
5	《营销物理沙盘》	V4.00	8.8 万	4.8 万	B/结构

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定

谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判走向合作，签订意向协议。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分细则见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露已方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得己方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（2）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（3）对谈判条件进行最后交锋，达成交易。

（4）确认交易条款，签订意向协议。

（5）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范(个人表现20分)		20	着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
商务谈判计划书作品（40分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）。	商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分。
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）。	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）。	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）。	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5分），有谈判总结语和结束时的礼节（2分）。	
合计		100		

8.试题编号：3-8，售后服务成本分摊谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：北京国美电器有限公司（简称：国美电器）

乙方：宁波奥克斯空调有限公司（简称：奥克斯集团）

国美电器成立于1987年1月1日，是中国的一家连锁型家电销售企业，也是中国大陆最大的家电零售连锁企业，2009年，国美电器入选中国世界纪录协会中国最大的家电零售连锁企业。国美电器一直居于国内领先电器行业。来自中怡康的权威数据显示，国美集团空调年销售达600万套，据中国电子商会2006年以来对空调市场份额监测显示，国美集团空调复合增长一直保持行业领先水平，并持续稳居空调市场销售份额第一，是中国空调渠道的第一渠道。

奥克斯集团创于1986年，产业涵盖电力、家电、通讯、地产、医疗、投资六大领域，并在宁波、南昌、天津、上海、深圳、东莞等地建立七大产业基地。集团位列中国500强企业、中国信息化标杆企业、国家高新技术企业，并为国家工程技术中心和国家级博士后工作站的常设单位，拥有“三星”和“奥克斯”两项跨行业中国驰名商标和两个中国名牌产品。目前，奥克斯集团空调年产能达到700万台，奥克斯空调是中国空调家电行业的领军品牌，产品远销全球150多个国家和地区。

随着国内空调行业的竞争加剧，奥克斯集团决定将空调的免费保修期从三年提高到五年，这一项新政使得奥克斯空调的销量大增，其中国美电器销售奥克斯空调的年营业收入增加8000万元，奥克斯集团年营业收入增加1.6亿人民币（包括国美增加订单的收入），但保修期的延长，也带来售后服务成本的增加，年售后服务成本增加4000万元。本着合作共赢，利益共享，成本共摊的原则，奥克斯集团希望

国美电器降低卖场的销售扣点，承担一部分售后服务成本。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判走向合作，签订意向协议。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

1、背对背演讲（各方2分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构

成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露已方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得己方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（2）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（3）对谈判条件进行最后交锋，达成交易。

（4）确认交易条款，签订意向协议。

（5）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为90分钟（准备及撰写商务谈判计划书60分钟、商务谈判30分钟）。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范(个人表现20分)		20	着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
商务谈判计划书作品（40分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）。	商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分。
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）。	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）。	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）。	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划	

			设计的策略，巧妙处理僵局（2分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5分），有谈判总结语和结束时的礼节（2分）。	
合计		100		

9.试题编号：3-9，产品质量问题索赔谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：长沙新欣玩具制造有限公司

乙方：株洲天健模具制造有限公司

长沙新欣玩具制造有限公司(简称：新欣公司)和株洲天健模具制造有限公司（简称：天健公司）是两个长期合作伙伴，天健公司是新欣公司的模具供应商，他的模具供给量占新欣公司的使用模具80%。但是天健公司的模具最近一直有质量问题，给新欣公司造成了很大经济损失。当初两厂签订的协议中规定：天健公司提供的模具合格率达到95%以上便可。但是这是一条有歧义的条款。

实际上正是由于天健公司生产的所有模具中的那不合格的5%造成了新欣公司巨大的损失。新欣公司知道自己一下子不可能完全抛开这个供应商，天健公司当然也不想失去新欣公司这个大客户。新欣公司提出，先前由于天健公司的次品导致的损失必须由天健公司承担，赔偿损失500万元人民币。而天健公司坚持认为新欣公司的质检部门在接受天健公司的模具时就应该看清楚，如果是次品可以退货，而不是等到进了工厂投入使用以后才发现有问题，因而他们拒绝承担损失，双方交涉多次都没有达成协议。最后导致双方的高层领导都开始过问此事。新欣公司采购部和天健公司销售部的经理迫于压力约定本周末碰面，准备通过谈判对此事做一个了断。而且双方谈判代表都非常清楚，如果这次谈不成回去肯定会受到领导斥责。就双方责任及损失赔偿进行洽谈。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判走向合作，签订意向协议。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分细则见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示

和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露已方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得己方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（2）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（3）对谈判条件进行最后交锋，达成交易。

（4）确认交易条款，签订意向协议。

（5）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、

商务谈判30分钟）。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="2">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="2">职业素养及操作规范(个人表现20分)</td><td>20</td><td>着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="6">商务谈判计划书作品（40分）</td><td>格式表达</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）。</td><td rowspan="6">商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分。</td></tr>
<tr><td>谈判主题、时间、地点</td><td>5</td><td>谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）。</td></tr>
<tr><td>谈判人员及分工</td><td>5</td><td>有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）。</td></tr>
<tr><td>谈判双方优劣势分析</td><td>5</td><td>对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）。</td></tr>
<tr><td>谈判目标</td><td>5</td><td>谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）。</td></tr>
<tr><td>谈判各阶段策略</td><td>15</td><td>开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">商务谈判实施操作（40分）</td><td>宣讲谈判计划</td><td>5</td><td>背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）</td><td rowspan="4">谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。</td></tr>
<tr><td>谈判开局</td><td>5</td><td>注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）。</td></tr>
<tr><td>报价阶段</td><td>10</td><td>先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）。</td></tr>
<tr><td>磋商阶段</td><td>10</td><td>双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）。</td></tr>
</table>

	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5分），有谈判总结语和结束时的礼节（2分）。	
合计		100		

10.试题编号：3-10，货物运输服务项目谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：九芝堂药业股份有限公司（主方）

乙方：广州新邦物流股份有限公司（客方）

九芝堂股份有限公司是国家重点中药企业，国内A股上市公司，湖南省重点高新技术企业，湖南省百强企业，湖南省质量管理奖企业，长沙市工业十大标志性工程龙头企业，国家博士后科研工作站企业。

九芝堂前身“劳九芝堂药铺”创建于1650年。2004年2月，“九芝堂”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标；2006年9月，“九芝堂”被国家商务部认定为“中华老字号”；2008年6月，九芝堂传统中药文化被列入国家级非物质文化遗产保护目录。

截至2009年底，公司已发展成为拥有总资产15.48亿元，净资产12.57亿元，下辖7家直接控股子公司、3家间接控股子公司，1家分公司，年销售过12亿元，利税过3亿元的工商一体化的现代大型医药企业。

公司主要从事补血系列、补益系列、肝炎系列等中药以及调节人体免疫力的生物制剂的生产与销售，正在形成销售过亿产品、过千万产品、迅速成长产品构成的一个产品阶梯，为可持续发展奠定了产品基础。主导产品驴胶补血颗粒年销售收入超过3亿元，位于全国天然补血类产品销售前三名；以六味地黄丸为代表的浓缩丸系列销售收入突破2亿元，位于全国同种产品销售前三名；斯奇康注射液销售收入1亿元。公司的中成药片剂、浓缩丸系列产品等出口欧美、日本、东南亚等地区，其中十多种浓缩丸、片剂出口日本已将近20年。九芝

堂的产品不仅是济世良药，也是一种文化载体，九芝堂人不仅是客商，也成为了文化使节。

公司每年在湖南省内的药品销售额达到1亿元，销售网络覆盖面广，省内有几十家药店经销商，每年药品的物流运输、仓储成本达到上千万元，而且由于过去选定的物流运输单位关系不稳定，经常出现运输不及时导致经销商断货以及运输成本过高等问题。为了提高品牌知名度，保证药品及时有效的运往经销商，同时节约物流成本。现公司对省内及广州两大市场的药品运输服务进行公开招商，邀请国内有实力的物流公司进行洽谈，广州新邦物流股份有限公司是企业选定的第一家有意向合作的公司，希望通过接触更进一步的彼此了解，为确定长期的合作关系而开展一次业务洽谈。

新邦物流有限公司是一家集公路运输、航空货运代理、城际配送于一体的跨区域、网络型、信息化、并具有供应链管理能力的国家AAAA级综合型物流企业。新邦物流旗下拥有6家全资子公司，250多家营业网点，员工5000多人，拥有和整合各种运输车辆600多台，物流设备300多套，仓库、分拨场地10多万平方米，日吞吐能力3000余吨。公司与国内外40000多家企业建立合作关系，网络覆盖全国400多个城市，在全国50多个大中城市开通专、快线长途零担与整车业务，并在珠江三角洲与长江三角洲区域内开展城际配送业务。现准备进军湖南，开拓湖南物流市场。

本次主要就药品运输的区域、运输产品和运输费用、合作时期以及运输条件等内容进行谈判，目的是确定长期合作关系。

【考核任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判走向合作，签订意向协议。

【考核流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项目重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分细则见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

（5）不要轻易暴露已方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

（6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

（1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

（2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

（3）寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

（4）为达成交易，寻找共识。

（5）获得己方的利益最大化。

（6）解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

（7）出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

（8）双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

（9）注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（2）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（3）对谈判条件进行最后交锋，达成交易。

（4）确认交易条款，签订意向协议。

（5）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的考核专家3名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为90分钟(准备及撰写商务谈判计划书60分钟、商务谈判30分钟）。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范(个人表现20分)	20	着装整洁、仪容仪态得体、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范；遵守商务谈判的纪律与规程、尊重评委，尊重谈判对手，无恶意磋商行为；具备良好的谈判与沟	考核过程中有反党反社会主

			通思维，具有良好的心理素质和现场应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管控意识；对团队工作进行合理分工，团队协作意识强，谈判过程合作默契；谈判结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
商务谈判计划书作品（40 分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2 分），文字表达流畅，逻辑性强（2 分），封面名称、时间清晰（1 分）。	商务谈判计划书字数不得少于 500 字，每少 50 字，扣 1 分。
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2 分）、谈判时间、地点具体（3 分）。	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2 分），谈判角色分工明确、职责清晰（3 分）。	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2 分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3 分）。	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2 分）、谈判最低目标（2 分）、谈判可接受目标（1 分）。	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5 分）；有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5 分）；有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5 分）。	
商务谈判实施操作（40 分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3 分），回答评委提问、思路清晰（2 分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行综合考量计分。
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2 分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2 分），与计划书中选择的开局策略一致（1 分）。	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5 分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3 分），巧妙运用报价策略（2 分）。	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4 分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4 分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2 分）。	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3 分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略达成交易，结束谈判并签订意向协议（5 分），有谈判总结语和结束时的礼节（2 分）。	
合计		100		

四、营销策划模块

1. 试题编号：4-1,康师傅中秋节庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

康师傅控股有限公司（简称康师傅或康师傅公司），主要在中国从事生产和销售方便面、饮品、糕饼以及相关配套产业的经营。本集团于 1992 年开始生产方便面，并自 1996 年起扩大业务至方便食品及饮品;2012 年 3 月，本集团进一步拓展饮料业务范围，完成与 PepsiCo 中国饮料业务之战略联盟，开始独家负责制造、灌装、包装、销售及分销 PepsiCo 于中国的非酒精饮料。目前本集团的三大品项产品，皆已在中国食品市场占有显著的市场地位。据康师傅 2019 年财务报表数据显示，在 2019 年 1 月-12 月本集团于方便面、即饮茶及蛋卷的销售量市场占有率分别为 43.3%、45.7%及 15.9%；从品类细分看，百事碳酸饮料 2019 年销售量市占以 32.9%居市场第二位。康师傅品牌，经过多年的耕耘与积累，深受中国消费者喜爱和支持。

康师傅一直视消费者食品安全为己任，以构建质量安全管理的良性循环为目标。一切源于康师傅自始至终积极响应「从农田到餐桌」全程质量控制理念的倡导，投入巨资严控源头安全，牢牢掌握上游供应链，严苛管理原料和供货商。食品安全与产品质量是关乎生命健康的头等大事，是企业的立命之本，康师傅作为快消品行业的龙头企业肩负着食品安全与质量保障的重要责任，康师傅不断构建和完善 ISO220000 管理体系，建立风险预防管理机制，实施食品安全的全方位控制，确保产品质量与安全。

作为大陆食品行业翘楚，公司不仅向消费者奉献优质安全的美味食品，向投资人贡献投资价值，更着力社会公益，善尽企业社会责任。十几年来，秉持“回馈社会、永续经营”的精神，公司在中国大陆的公益投入累计逾 2 亿元人民币，公益善行涉及体育、基础教育、医疗、助残、赈灾、扶贫、两岸文化交流等公益事业的各个方面。未来更将透过“顶新（康师傅）文教基金会”持续推动两岸经济文化及公益事业的交流，透过发起组建国内方便面企业协会来加强业界自律、提振

产业环境、共图行业发展。

“诚信、务实、创新”——公司正是坚守着这样的经营理念，励精图治才换来今天的骄人业绩，然而成绩属于历史，肩负社会大众和投资人的重托，做大做强，成就世界级食品集团，到全球经济舞台上独领风骚，这才是公司矢志不渝的追求目标。

【考核任务】

为了答谢新老顾客对康师傅一贯的支持和信任，公司拟在20XX年举办一次中秋节庆典活动，预算控制在10万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业20XX年中秋节庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）	20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0

				18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	分。
作品（80 分）	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）	
		公关活动目标	5	有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）	
		公关活动主题	5	有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）	
		公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2 分），地点得当（3 分）。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）	
		媒介宣传	5	有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）	
		进度安排物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）	
		费用预算	3	有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）	
		效果评估	2	有效果评估（1 分），公关效果评估合理，符合企业要求（1 分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
合计			100		

2.试题编号：4-2，步步高超市开业庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

步步高集团目前拥有商业、置业两大核心产业,涵盖了超市、百货、电子商务、商业地产、便利店、电器、餐饮、服装、物流、大型

综合体等多个业态。截至2019年底，多业态门店共计692余家，为社会提供就业岗位70000多个。2019年实现销售逾415亿元，2020年销售目标为1000亿元。线下的商业地产部分，核心业态为步步高新天地，国际钢琴巨星郎朗代言，核心理念是“对话世界，领先中国”。

步步高超市事业部是步步高集团旗下的主力商业板块，1995年在湖南湘潭解放南路开办第一家连锁店，20多年来通过学习应用国内外先进的管理方式和营销手段，抢抓机遇，大力发展连锁经营，通过在物流建设、信息建设、生鲜经营、自有品牌的方面的探索与开发，逐步发展成为以超市连锁为龙头，集物流配送、食品加工于一体的大型快消品连锁企业，迈上了超常规、跳跃式发展的快车道。步步高超市事业部拥有“Hyper-mart"、“Super-mart”两大业态，在湘、赣、桂、川、渝五个省市自营连锁店超过300家。

步步高超市坚持以顾客为中心，注重精细化管理，从商品结构、员工服务、环境卫生、优惠活动等全方位的持续提升，始终追求为顾客提供完美服务，将“食品安全”视为生存之本、发展之道，引领生鲜绿色消费，最大程度满足快速的生活节奏和高品质的生活追求。

【考核任务】

该超市将于20××年×月×日开业，请你做一次超市开业庆典公关活动策划，经费控制在50万元之内。（超市所在城市可以更换为你所熟悉的城市）。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该超市开业庆典公关活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备

设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20 分）			20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
作品（80 分）	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）	
		公关活动目标	5	有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）	
		公关活动主题	5	有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）	
		公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2 分），地点得当（3 分）。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）	
		媒介宣传	5	有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）	
		进度安排物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）	
		费用预算	3	有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）	

		效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
合计			100		

3.试题编号：4-3 ，麻辣王子劳动节庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

湖南省玉峰食品实业有限公司成立于2000年5月，是集研发、生产、销售特色休闲食品为一体的现代化企业。公司位于山清水秀、人杰地灵的将军之乡---湖南省平江县，总资产约1.4亿元，年产值达3.8亿元，下辖六个分厂，总部设“国家农业部农产品加工示范基地”湖南平江工业园区，环境优美，交通便利，占地面积88.8亩，是湖南最大的熟食生产企业之一。

麻辣王子是湖南省玉峰食品实业有限公司的主打品牌。2009年推出麻辣王子面筋。2014年8月，湖南省省长杜家毫亲临玉峰食品实业，考察面筋生产车间；2014年12月，健康面筋科研基地--武汉轻工大学“研究生创新基地”落户玉峰食品。2015年4月，40余家单位考察麻辣王子面筋生产车间，探讨行业安全问；2015年9月，麻辣王子在长沙国际食品展上推出“像个领结的面筋”，使用天然面粉、非转基因植物油，受到消费者追捧；2016年，麻辣王子升级推出麻辣味面筋，真的很麻很辣；2016年9月9日—12日，麻辣王子面筋受邀参加2016中国食品餐饮博览会，面筋食品健康高端化发展；2017年8月，麻辣王子又一次原料升级，推出520版麻辣王子；2018年10月，在2017年的基础上，取消色素，再次推出升级版520麻辣王子；2019年，麻辣王子推出微麻微辣的口味。

【考核任务】

为了答谢新老顾客对麻辣王子一贯的支持和信任，公司将于20XX

年劳动节期间在长沙步步高超市举办麻辣王子劳动节庆典活动。请你为其设计一份劳动节庆典活动的公关策划方案。预算控制在30万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为麻辣王子劳动节庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）			20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
作品（80分）	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	

		公关活动目标	5	有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）	
		公关活动主题	5	有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）	
		公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2 分），地点得当（3 分）。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）	
		媒介宣传	5	有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）	
		进度安排物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）	
		费用预算	3	有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）	
		效果评估	2	有效果评估（1 分），公关效果评估合理，符合企业要求（1 分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
合计			100		

4.试题编号：4-4，晚安家居实木床新闻发布会活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

晚安家居实业成立于 1986 年，下面设晚安床垫厂、晚安家纺公司、晚安软床厂、晚安沙发厂、美国晚安工业集团等，产品畅销国内众多省市及自治区，销售网络遍布全国各地，远销欧美、日本、澳大利亚、阿拉伯等国家。晚安家居实业有限公司是一家集研发、生产、销售于一体，产品覆盖床垫、沙发、软床、实木套房、定制家具等系列的大型家居企业。随着人们生活水平的提高和对天然，环保，健康高品质，高质量生活的追求，导致健康，天然，环保类的家居产品日益受到推崇与追捧，所以在这种市场局势的推动下，实木床类家居产品也慢慢的步入了市场，迎来了属于自己的春天。晚安家居也推出了更加符合消费者需求的实木床。

晚安实木床原料采用进口橡木，该类木材具有山形木纹鲜明且明晰，质地坚实的木材具有稳定的性能、结实的构造、较长的使用寿命。橡木密度好且还具有良好而温馨的质感不易吸水、耐腐蚀、强度大的优越性能保证了晚安实木床杰出的质量及良好的使用性能。

另外晚安实木床属于实木家具，具有天然、环保、健康的特点，流露出自然与原始相融合的美。它的颜色也是天然木本色，原木色实木床既天然、又无化学污染。其次寿命时间长而且还具有保值功能，能给环境带来温润的“木气”另外它还具有自己独特的风格个性，真实的展现独特品味：高档，厚重。该类产品主要面向中高端消费人群，并已经进入长沙市场，但购买者较少。

【考核任务】

为了在长沙推广晚安家居实木床，公司准备于20XX年为晚安家居实木床举办一次新闻发布会，预算控制在20万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为晚安家居实木床新闻发布会活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注

<table>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="16">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>3</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="16">策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="13">具体内容</td><td>封面完整</td><td>3</td><td>要素完整（策划名称、策划者、策划时间）</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）</td></tr>
<tr><td>活动背景</td><td>5</td><td>有活动背景，背景阐述得当</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>4</td><td>能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动主题</td><td>5</td><td>有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动对象</td><td>5</td><td>有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2 分），地点得当（3 分）。</td></tr>
<tr><td>活动项目流程设计</td><td>14</td><td>活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）</td></tr>
<tr><td>媒介宣传</td><td>5</td><td>有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）</td></tr>
<tr><td>进度安排物料准备</td><td>10</td><td>对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）</td></tr>
<tr><td>费用预算</td><td>3</td><td>有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>2</td><td>有效果评估（1 分），公关效果评估合理，符合企业要求（1 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案有一定新意，见解独到</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td colspan="2">100</td><td></td></tr>
</table>

5.试题编号：4-5，“新牛仔·酒中酒霸”新闻发布会活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

酒中酒霸—贵州十大名酒、中国驰名商标，产于贵州茅台镇，贵州最大民营酒类集团—贵州酒中酒集团。由湘贵实业有限公司营销。酒中酒霸具有优雅细腻、酒体醇厚丰满、回味悠长、空杯留香等独特风格。贵州酒中酒集团创办于一九九二年，主要为白酒生产企业，集团下设酒中酒（集团）有限责任公司、茅台镇古镇酒业公司、天豪大酒店和酒中酒销售有限公司等四个子公司，员工1200人，主要有酒中酒、酒中酒霸、古镇老酒等品牌系列，其中，酒中酒、酒中酒霸为贵州省著名商标和名牌产品，产品远销湖南、江西、上海、广东、湖北、北京、上海、山西、河北、辽宁等地，产品深受广大消费者青睐。

近年来，随着人们养生意识的提高，本着大健康生活的追求，各酒类品牌纷纷致力于产品研究，酱香型白酒因其独特的酿造工艺脱颖而出，吸引众多消费者选购品尝。

“新牛仔.酒中酒霸”产品是由酒中酒针对未来小酒高端市场所生产的全新产品。“新牛仔.酒中酒霸”还是酒中酒霸营销中心一次革命性的创新，是一款迎合当下消费升级趋势、吸引年轻消费群体、满足多元化需求的战略新品，深度诠释出了不一样的名酒范儿，“新牛仔.酒中酒霸”包装由全国知名的顶级设计团队创作而成，风格与传统的酒中酒霸完全不同。瓶身采用玻璃瓶，棱角分明，立体感十足。主色调为红蓝色，突出产品现代感。产品品质亦进行了升级，口感更柔和，酒体更是浓头酱尾醇厚十足、与众不同。

新品“新牛仔.酒中酒霸”既延承酒中酒霸一贯霸气十足的刚毅血脉，又塑造清新青春活力的西部牛仔风。新品“新牛仔.酒中酒霸”给予每一位消费者，最时尚，最实在。口味品质最佳的小瓶白酒享受！

把质量和食品安全放在第一位，从选材出发，每一步都用良心，细心来成就每一瓶酒中酒霸，打造优良的酒中酒企业文化和市场评价，收获消费者喜爱。

【考核任务】

为了在长沙推广新品“新牛仔.酒中酒霸”，公司准备于20XX年为新品“新牛仔.酒中酒霸”举办一次新闻发布会，预算控制在20万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为新品“新牛仔.酒中酒霸”新闻发布会活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）		20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
作品	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方

（80分）	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	
		公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
		公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
		公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2分），地点得当（3分）。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
		媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
		进度安排物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
		费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
		效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
合计			100		

6.试题编号：4-6，美的赞助烛光工程公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

美的集团于1968年成立于中国顺德，现总部位于广东顺德北滘新城内，是一家集消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链（物流）的科技集团。美的集团提供多元化的产品和服务，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机、及各类小家电的消费电器业务、以家用空调、中央空调、供暖及通风系统的暖通空调业务；以德国库卡集团、美的机器人公司等为核心的机器人及工业自动化系统业务、以安

得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务。美的集团以“科技尽善，生活尽美”为企业愿景，将“联动人与万物，启迪美的世界”作为使命，致力创造美好生活。

2015 年 1 月 8 日，《房间空气调节器节能关键技术研究及产业化》获得“国家科技进步奖”二等奖。2016 年 7 月 20 日，美的集团以 221.73 亿美元的营业收入首次进入《财富》世界 500 强名单，位列第 481 位。2017 年 5 月 25 日，福布斯 2017 全球企业 2000 强榜单正式出炉，美的位列 335 名。2018 年 7 月 19 日，财富公布世界五百强企业排行榜，美的位列第 323 位。2019 年 7 月 22 日，《财富》杂志公布世界五百强企业排行榜，美的位列第 312 位。

【考核任务】

为了使美的集团品牌形象牢固树立在目标受众心目中，从而带动集团旗下的产业更进一步的发展。美的集团决定在 20XX 年 9 月教师节来临之际，联合烛光工程，赞助其在我国贫困山区开展“烛光情、颂师恩”征文竞赛，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业 20XX 年 9 月赞助活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="15">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>3</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="15">策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="12">具体内容</td><td>封面完整</td><td>3</td><td>要素完整（策划名称、策划者、策划时间）</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）</td></tr>
<tr><td>活动背景</td><td>5</td><td>有活动背景，背景阐述得当</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>4</td><td>能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动主题</td><td>5</td><td>有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动对象</td><td>5</td><td>有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2 分），地点得当（3 分）。</td></tr>
<tr><td>活动项目流程设计</td><td>14</td><td>活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）</td></tr>
<tr><td>媒介宣传</td><td>5</td><td>有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）</td></tr>
<tr><td>进度安排物料准备</td><td>10</td><td>对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）</td></tr>
<tr><td>费用预算</td><td>3</td><td>有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>2</td><td>有效果评估（1 分），公关效果评估合理，符合企业要求（1 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案有一定新意，见解独到</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td>100</td><td></td><td></td></tr>
</table>

7.试题编号：4-7，德芙巧克力七夕情人节庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

德芙是世界最大宠物食品和休闲食品制造商美国跨国食品公司玛氏（Mars）公司在中国推出的系列产品，1989 年进入中国。1995年成为中国版块巧克力领导品牌，“牛奶香浓，丝般感受”成为其经典广告语。巧克力似乎早已成为人们传递情感、享受美好瞬间的首选佳品。可是，走进商场、面对玲琅满目的各种品牌，消费者却难以抉择。面对太多的选择，消费者关心的不仅仅是一盒糖果，而是产品的品质如何、口感如何、味道如何，同时也要求整盒巧克力可以带来非凡的体验。

面对日益成熟的消费者，爱芬食品公司不仅全力以赴研制出高品质的德芙牛奶巧克力，而且每年求新求变，希望给消费者美好的巧克力体验，广告片也不例外。从以往的“聆听德芙丝语”，如今更倾全力策划，以独特的创意及别具一格的制作技术拍摄，带给消费者全新的广告片---漩涡篇，感觉丝般感觉的新境界。

德芙巧克力因其醇香的口感和极高的营养价值被中国消费者喜爱。德芙，是爱，是愉悦，是幸福的代名词。德芙 Dove 寓意为“Do You Love Me?”，在品牌背后还有一段鲜为人知的动人的爱情故事。

【考核任务】

为巩固德芙在消费者心目中的品牌形象，该公司决定为德芙巧克力在 20XX 年策划一次“七夕情人节”大型活动，活动经费控制在 50万以内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业 20XX 年“七夕情人节”庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、

进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="11">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>3</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="11">策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="9">具体内容</td><td>封面完整</td><td>3</td><td>要素完整（策划名称、策划者、策划时间）</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）</td></tr>
<tr><td>活动背景</td><td>5</td><td>有活动背景，背景阐述得当</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>4</td><td>能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动主题</td><td>5</td><td>有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动对象</td><td>5</td><td>有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2 分），地点得当（3 分）。</td></tr>
<tr><td>活动项目流程设计</td><td>14</td><td>活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）</td></tr>
</table>

		媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
		进度安排物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
		费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
		效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
合计			100		

8.试题编号：4-8 ，麦当劳危机公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

2019年4月12日中午，福建福州长乐机场的麦当劳餐厅工作人员，将消毒水当成开水冲兑珍珠奶茶，顾客饮用后出现呕吐、喉咙、肠胃疼痛等症状，造成消化道损伤，住进医院。在事发时，店内员工趁乱将含有消毒水的奶茶扔进垃圾桶。事发后，顾客找到该门店的负责人，这位负责人告知，门店后厨每隔4个小时，就会对设备器具进行消毒，因此杯子内会留有消毒水味道，但并不会对身体造成伤害。对此解释，引起了顾客的极度不满。

此次麦当劳消毒水事件，暴露了当下食品安全管理方面的漏洞。麦当劳作为一个品牌形象较好的跨国企业，在食品安全管理上理应有比较完善的规章制度。出现此类事件，无外乎两点原因：一是本身规章制度存在漏洞，店员理解模糊，造成工作失误;二是店员自己明知有严格的操作程序，还一意孤行，造成不当操作。“从目前所了解的情况来看，麦当劳有可能是进行消毒与经营穿插进行。

除了麦当劳方面对食品安全的重视程度不够之外，它本身的经营链条铺得比较开，发生安全事故后，层层上报的速度相对较慢，这是麦当劳处理相关问题反应滞后的重要原因。食品安全问题一旦发生，相关部门应该立即责令其停业整改。但此涉事餐厅，发生事故后仍在

继续营业，本来就不符合相关规定，说明相关单位和麦当劳方面对此事的重视程度不够。此事件经媒体曝光之后，广大网友们纷纷在网上指责麦当劳推卸责任，一时间在全国引起了轩然大波，接下来麦当劳便将面临广大网友的指责和铺天盖地的媒体压力。

【考核任务】

该事件发生后，麦当劳为了挽回影响，摆脱窘境，请你为其策划一个危机公关方案。预算控制在100万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业危机公关活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）	20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。

<table>
<tr><td rowspan="16">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>3</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="16">策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="13">具体内容</td><td>封面完整</td><td>3</td><td>要素完整（策划名称、策划者、策划时间）</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）</td></tr>
<tr><td>活动背景</td><td>5</td><td>有活动背景，背景阐述得当</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>4</td><td>能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）</td></tr>
<tr><td>公关活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）</td></tr>
<tr><td>公关活动主题</td><td>5</td><td>有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）</td></tr>
<tr><td>公关活动对象</td><td>5</td><td>有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）</td></tr>
<tr><td>公关活动时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2分），地点得当（3分）。</td></tr>
<tr><td>活动项目流程设计</td><td>14</td><td>活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）</td></tr>
<tr><td>媒介宣传</td><td>5</td><td>有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）</td></tr>
<tr><td>进度安排物料准备</td><td>10</td><td>对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）</td></tr>
<tr><td>费用预算</td><td>3</td><td>有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>2</td><td>有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案有一定新意，见解独到</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td>100</td><td></td><td></td></tr>
</table>

9.试题编号：4-9，蒙牛赞助活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

蒙牛乳业股份有限公司（简称蒙牛乳业或蒙牛），成立于1999年8月。企业以蒙牛为名，是将牛的勤劳、坚韧与奉献作为一种崇高的企业精神，唤起人们对牛的亲近、敬畏，也是对真、善、美，对一种积极向上的追求，更象征着孺子牛精神在企业的光大。产品以蒙牛命名，象征来自内蒙古大草原的牛，她吃的是青青绿草，挤出的是纯

正鲜牛奶，这独特资源优势造就天然好品牌。蒙牛是中国领先的乳制品供应商，专注于研发生产适合国人健康的乳制品，全球乳业10强。蒙牛乳业成立以来，已形成了拥有液态奶、冰淇淋、奶粉奶酪等多品的产品矩阵系列，拥有特仑苏、纯甄、优益C、未来星、冠益乳、酸酸乳等明星产品，为消费者的点滴幸福不断创新。

截至2017年12月，蒙牛根据市场潜力及产品策略布局产能，在全国建立了38个生产基地，新西兰海外1个基地，年产能合922万吨。 2017年7月12日，全球最大的专注于农业与食品相关产业的商业机构之一荷兰合作银行发布了2017年“全球乳业20强”榜单，蒙牛乳业凭借近年来亮眼的综合表现连续9年再度入榜，跃居榜单前10强，排名上升一位，再次刷新了蒙牛在全球乳业的排名成绩，迈入全球乳业的第一阵营。据2019年度业绩报告信息显示，蒙牛2019年营业收入达790亿元，同比增长14.6%；利润达41亿元，同比增长34.9%。高端UHT奶、低温酸奶份额保持领先。

【考核任务】

为了保持领先的竞争地位，取得更好的发展，蒙牛拟于20XX年对几所知名高校进行一次社团活动赞助，预算控制在30万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业的赞助活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="16">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>3</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="16">策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="13">具体内容</td><td>封面完整</td><td>3</td><td>要素完整（策划名称、策划者、策划时间）</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）</td></tr>
<tr><td>活动背景</td><td>5</td><td>有活动背景，背景阐述得当</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>4</td><td>能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）</td></tr>
<tr><td>公关活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）</td></tr>
<tr><td>公关活动主题</td><td>5</td><td>有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）</td></tr>
<tr><td>公关活动对象</td><td>5</td><td>有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）</td></tr>
<tr><td>公关活动时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2分），地点得当（3分）。</td></tr>
<tr><td>活动项目流程设计</td><td>14</td><td>活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）</td></tr>
<tr><td>媒介宣传</td><td>5</td><td>有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）</td></tr>
<tr><td>进度安排物料准备</td><td>10</td><td>对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）</td></tr>
<tr><td>费用预算</td><td>3</td><td>有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>2</td><td>有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案有一定新意，见解独到</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td>100</td><td></td><td></td></tr>
</table>

10.试题编号：4-10，白沙溪周年庆典公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

湖南省白沙溪茶厂有限责任公司，其前身为湖南省白沙溪茶厂（国有），“白沙溪”为最早的湖南黑茶生产企业之一，公司成立于1939年1月，历史悠久，由湖南省建设厅委派茶叶管理处副处长，留学日本九州大学的农学士彭先泽（字孟奇）先生组建的湖南省砖茶厂。“白沙溪”系列产品包括“三砖”，“三尖”，“一花卷”。

白沙溪近一个世纪以来风雨兼程，秉承“质量第一，顾客至上”的宗旨，发扬“团结、务实、诚信、创新”的精神，坚持“资源成就责任、能力成就实力”的企业使命，奉行“精诚携手、共赢天下”的经营理念，传承、开拓、创新、发展，逐步走上了科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源优势得到充分发挥的新型工业化道路。

白沙溪是国家民委历年确定的边销茶定点生产企业，中国黑茶的发祥地，湖南紧压茶的摇篮，曾创造了我国紧压茶史上的数个第一，即第一片黑砖茶、第一片茯砖茶、第一片花砖茶；挖掘、继承和发展了民间传统茶叶产品天、贡、生尖茶和花卷茶（俗称千两茶）。为湖南紧压茶事业的蓬勃发展提供了宝贵的资源。

【考核任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，公司拟在长沙市各大步步高购物广场举办一次XX周年庆典活动，预算控制在30万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业XX周年庆典进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时

间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；通过公关目标体现企业知名度、美誉度等形象意识；通过公关活动流程设计体现条理性与逻辑性，具有关注细节和考虑问题的全面周全的职业习惯；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="11">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>3</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求</td><td rowspan="11">策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>3</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强</td></tr>
<tr><td rowspan="9">具体内容</td><td>封面完整</td><td>3</td><td>要素完整（策划名称、策划者、策划时间）</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）</td></tr>
<tr><td>活动背景</td><td>5</td><td>有活动背景，背景阐述得当</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>4</td><td>能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动主题</td><td>5</td><td>有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动对象</td><td>5</td><td>有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）</td></tr>
<tr><td>公关活动时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间得当（2 分），地点得当（3 分）。</td></tr>
</table>

		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
		媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
		进度安排物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
		费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
		效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
合计			100		

11.试题编号：4-11，SKG颈椎按摩器元旦节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

SKG是美容与健康电器专家,秉承“全球制造，全球销售”的理念，SKG整合全球优质的研发、设计和制造资源，致力为追求时尚、健康的消费人群提供高品质的美容电器、健康电器产品和体验。SKG专注于美容电器、按摩电器产品的研发、设计与制造。为了给消费者带来高品质产品和体验，SKG打造了由100多位专家组成的产品研究院，其中拥有来自全球500强企业的研发团队和曾获得德国红点与IF大奖的设计师团队，申请专利114项。作为美容电器、按摩电器专家，SKG不断以其强大的产品研发与创新能力，持续为全球消费者创造健康的生活理念和高品位的生活方式。

SKG颈椎按摩器,是品牌SKG推出的一款颈椎按摩器产品,于2018年07月通过了深圳市计量质量检测研究院的各项产品项目检测合格上市。SKG颈椎按摩器为预防与缓解颈椎病产品，其主要通过仿真针灸、推拿、刮痧、拔罐、叩击、脉冲等理疗方式作用于颈部。

该产品有如下特点：

1、外观设计：SKG颈椎按摩器数码耳机式外观设计。

2、弹性臂技术：POK 塑料材质，韧性强，适合不同粗细的脖子佩戴。

3、3D 悬浮式电极片设计：按摩电极片硅胶底座设计，使按摩电极片可以 360° 智能浮动；微曲面金属电极，贴合脖子曲线；环形牵引功能，逐步调整颈椎姿势。

4、奥体 304 不锈钢电极片：提高导电导热性能且不易腐蚀，内置 NTC 传感器，精准控温+-0.1 度；电极片表面拉丝处理，不易留指纹。

5、“四点卡位”设计：通过两个 3D 悬浮电极片和两边硅胶夹持臂面形成“四点卡位”，使颈椎按摩器贴合颈部肌肤。

6、无感佩戴：150 克重量（含充电宝）。

7、三种电脉冲模式，15 档电脉冲强度。

售价：599 元/台

【考核任务】

为提升企业整体竞争优势，公司将在 20XX 年元旦节来临之际，在湖南市场进行大型促销活动，预算控制在 80 万元之内。请根据促销方案策划的流程为该企业 20XX 年元旦节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="13">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="13">策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">具体内容</td><td>封面完整</td><td>5</td><td>要素具备（名称、策划者、时间）。</td></tr>
<tr><td>活动主题</td><td>6</td><td>有主题（2 分），主题鲜明、引人注目（4 分）。</td></tr>
<tr><td>活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2 分），目标较为明确、具体、具有针对性（3 分）。</td></tr>
<tr><td>时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。</td></tr>
<tr><td>对象选择</td><td>5</td><td>促销产品明确、活动对象选择基本准确。</td></tr>
<tr><td>活动方式</td><td>10</td><td>刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式。（少一种扣 3 分）</td></tr>
<tr><td>实施安排</td><td>12</td><td>事前准备充分（3 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）。</td></tr>
<tr><td>广告配合</td><td>7</td><td>有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3 分）。</td></tr>
<tr><td>预算恰当</td><td>5</td><td>有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）。</td></tr>
<tr><td>意外防范</td><td>5</td><td>具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案，每个预案（2 分），合理度（1 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案创意独特且可行</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td>100</td><td></td><td></td></tr>
</table>

12.试题编号：4-12，洗发水国庆节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

滋源诞生于 2014 年的中国广州，是香港环亚集团广州环亚化妆品科技有限公司凝聚 25 年皮肤护理研究结晶打造的无硅油洗头水。

区别于传统洗护产品，滋源以"无硅油头皮护理"差异化品类切入市场，集品牌力、研发力、产品力、渠道力、推广力五力合一，全力打造无硅油头皮护理引领者。2014 年 5 月获得“高端洗护第一阵营优秀品牌”，2015 年 12 月荣获“2015 年中国化妆高端洗护第 1 名”，2016 年 3 月荣获“2015 中国化妆品年度洗护品牌”，2018 年上海美博会荣获“2018 中国美伊 TOP 榜洗护类最佳洗护产品奖”，2019 年荣获“2018 年度影响力品牌”。

品牌定位：无硅油不刺激，区别于传统洗发，滋源专注头皮护理，创新品类，率先推出不含硅油的天然头皮护理洗头水，精准定位头皮护理市场，面对 25-35 岁正在升级生活品质的当代女性消费群体，为她们提供高品质头皮护理产品，带来天然、健康的头皮护理体验，开启头皮护理新时代。

另外，研究试验的对比表明，有硅油的洗发水附着头皮表面不易清洗，无硅油的洗头水轻松洗净，头皮自由呼吸。大多数洗发水成分含一种物质--聚二甲基硅氧烷，即头发顺滑剂“硅油”，使头发顺滑无比。然而，硅油无害却不溶于水，会堵住毛囊导致头屑、头痒、头油，使头发干枯受损，甚至脱发。

第一宗：包裹头皮，损伤毛囊，导致头痒、头油；

第二宗：硅油脱落，剥落头皮，产生头屑；

第三宗：包裹发丝，阻挡营养吸收；

第四宗：氧化质变，头发变硬不柔顺。

90%以上中国人群面临着头皮头发问题，而在推崇天然无硅油头皮护理的日本，这一数字下降到 48%。在日本，59%的人接受了无硅油头皮护理的观念，在欧美，这个数字达到 63%，洗发水以不含硅油的天然成分为主，而在中国，90%的洗发水含硅油。

日本推崇天然和无硅油的概念，无硅油长期占据洗发水销量排行榜第一名的位置；韩国推崇无硅油毛囊专业护理，注重天然成分和植

物药材的头皮护理作用；法国多使用天然植物成分，拒绝硅油等化工类成分添加；瑞士无硅油头皮护理的天然绿色概念；美国在头皮护理产品中去除硅油成分，添加了天然舒缓成分。而中国 90%的中国人没有意识到头皮与头发的关系，头皮护理市场仍处于初级阶段。

产品特色：

1. 不含硅油。硅油能使头发顺滑，然而硅油不溶于水，会堵住毛囊使头发受损。

2. 不含染色剂。染色剂会引发头皮色素沉着和敏感问题。

3. 不含石油类表面活性剂。石油类表面活性剂是洗发水中的起泡剂，会给头皮造成刺激和脱水现象。

4. 不含动物性原料。动物性原料令洗发水充满香气，多源于动物，是一种极不环保的原料。

5. 不含尼泊金酯。尼泊金酯能发挥防腐剂的作用，易引发皮炎。

6. 不含矿物油。矿物油有致斑致黑，并会在头皮表面形成覆盖膜，堵塞毛孔。

滋源全球生态农场，萃取原生态孕育植物。取得国家专利成分的植物精华分别有谷精草、覆盆子和辣薄荷。谷精草采摘自中国天然原生态种植园，能够滋养脆弱头皮，促进头皮细胞再生，修护损伤，增强头皮免疫力，远离老化。覆盆子采摘自欧洲东南部塞尔维亚天然种植园，能帮助减少头皮自由基产生，改善头皮血液循环，促进皮肤细胞再生，提升头皮自身抵抗力，预防老化。

产品系列：

	中干性头皮	油性头皮
无患子系列（特别添加油橄榄精华，富含单一不饱和脂肪酸和抗氧化维他命 E，能够保湿、保护和滋养头皮，修复干性	无患子致臻滋养洗头水(温和洗净，保护敏感头皮，并滋养润泽，改善头皮干燥缺水状态。) 无患子致臻滋养护发素(水养滋润头皮头发，天有平衡调理功效，能养头皮润发丝。天然无刺激，头皮滋润，发丝水润柔滑。)	油性头皮适用产品，特别添加芦荟精华，有效抑制多余油脂，令头皮水油平衡，并达到去油保湿的作用。 无患子控油滋养洗头水(温和洗净多余油脂，调节水油平衡，头皮清爽舒适。) 无患子控油滋养护发素(天然清爽，无多余油脂残留，头皮清爽舒适、发丝轻盈飘逸。)

头皮和受损发丝。）		
茶籽清屑系列（茶籽，东方橄榄，能养头皮去头屑。茶籽凝萃清屑洗头水）	特别添加亚麻荠籽油精华，富含不饱和脂肪酸，具有优良的肌肤亲和力和渗透力，减少水分流失，令头皮长久保湿。 茶籽凝萃清屑洗头水 (洁净头皮，调理水油平衡，从根源减少头屑，并滋养干燥头皮。)茶籽凝萃清屑护发素 茶籽凝萃清屑护发素 (天然无残留，温和滋润头皮，减少头屑，头皮轻松水润，秀发轻盈。)	特别添加薰衣草精华，性质温和，具有抑菌、控油、镇定的功效，能有效调理头皮油脂分泌。 茶籽控油清屑洗头水 (去除头皮多余油脂，从根源减少头屑，令头皮清爽。) 茶籽控油清屑护发素 (天然控油去屑，改善头皮水油平衡，令头皮清爽无油，秀发轻盈。)
生姜系列（健发高手，养头皮固发根）	特别添加橄榄精华、亚麻荠籽精华，平衡养护头皮，增强头皮保湿力。 生姜奢养强韧洗头水 (温和清洁头皮发丝，提高头皮自身修护力，修护头皮损伤，强健细软脆弱发根。) 生姜奢养强韧护发素 (提高头皮自身修护力，修护头皮损伤，从根部源源不断补充天然养分，强健细软脆弱发根。)	特别添加芦荟精华、薰衣草精华，平衡养护头皮，有效调控头皮油脂分泌。 生姜控油强韧洗头水 (温和清洁头皮发丝，调理水油平衡，养护健康头皮，强健细软脆弱发根。)生姜控油强韧护发素 生姜控油强韧护发素

【考核任务】

为提高产品在湖南市场的知名度，20╳╳年国庆节，公司拟湖南各大超市同时开展大型促销活动。预算控制在30万元之内。请根据促销方案策划的流程为该企业20╳╳年国庆节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="13">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="13">策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">具体内容</td><td>封面完整</td><td>5</td><td>要素具备（名称、策划者、时间）。</td></tr>
<tr><td>活动主题</td><td>6</td><td>有主题（2 分），主题鲜明、引人注目（4 分）。</td></tr>
<tr><td>活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2 分），目标较为明确、具体、具有针对性（3 分）。</td></tr>
<tr><td>时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。</td></tr>
<tr><td>对象选择</td><td>5</td><td>促销产品明确、活动对象选择基本准确。</td></tr>
<tr><td>活动方式</td><td>10</td><td>刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式。（少一种扣 3 分）</td></tr>
<tr><td>实施安排</td><td>12</td><td>事前准备充分（3 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）。</td></tr>
<tr><td>广告配合</td><td>7</td><td>有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3 分）。</td></tr>
<tr><td>预算恰当</td><td>5</td><td>有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）。</td></tr>
<tr><td>意外防范</td><td>5</td><td>具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案，每个预案（2 分），合理度（1 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案创意独特且可行</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td colspan="2">100</td><td></td></tr>
</table>

13. 试题编号：4-13 大药房元旦节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

某公司创立于 2001 年，总部设在湖南省长沙市。该公司是一家

由单一民营药店发展起来的大型医药连锁企业。目前，公司除药品零售外，同时兼营药品批发与制造。现已成为国内最具影响力的药品零售企业，也是中国服务业500强企业、中国连锁百强企业、湖南省百强企业、中国药品零售企业综合竞争力百强冠军。

2001年10月，公司长沙湘雅店以“让更多人看得起病、吃得起药”为宗旨，实行超市化经营模式，受到了消费者的热烈欢迎，出现了“提着篮子买药，排着长队付款”的现象。开架自选与药品大卖场的开创，被认为是医药零售行业经营方式的一次变革。

其后，公司逐渐形成了以“一切为了老百姓”为内涵的有着民生思想底蕴的企业文化，并以此为经营宗旨，获得了巨大的发展。2002年4月，该公司湖南浏阳店开业，公司开始走向连锁之路；2002年12月，西安新城店、杭州国都店相继开业，实现了西征东进，跨省经营；2003年7月，西安小寨店开业，实现了同一城市开多家门店的战略举措；2004年底，在全国药店半数亏损的情况下，销售额激增至18．2亿元，成为国内具有影响力的药品零售企业。2008年，公司成功引入外资8200多万美元，成立了中外合资公司连锁有限公司，实现公司管理和经营的国际化。2009年1月，公司斥资2000余万元成功收购湘潭海诚大药房的32家药店，开始在国内全面挺进二级市场。2009年4月，公司加入联合国"全球契约"，开始步入国际化的发展平台。自2001年创立以来，公司开发了湖南、陕西、浙江、江西、广西、山东、河北、广东、天津、上海、湖北、河南、北京、江苏、安徽等15个省级市场，拥有大中型门店600多家，经营面积10万多平方米，拥有总资产近10亿元，净资产近5亿元，年销售额近37亿元，员工1.8万多人。公司已发展成为一家大型医药连锁企业集团，具备了规模大、品种齐、影响深、质量优、服务好、模式新等特点，体现出了规模效应、成熟低成本运营、品牌影响力与完整产业链的优势，确保了企业可持续快速发展。2019年10月，公司十八

周年答谢庆典在长沙圣爵菲斯酒店举行，来自全国的各大药品零售连锁企业和制药企业近 700 名精英汇聚一起，为行业把脉。会上，公司董事长表示，中国药品零售行业的发展面对着无数的变数，既有国家政策释放的巨大红利，也有多层资本市场迅速推进带来的药店上市潮和并购风，更有“互联网+”思潮带来的巨大冲击，药品零售行业迎来了崭新的发展机遇，同时也伴随着更多的挑战。面对大健康产业的迅速发展和未来巨大的市场空间，零售药店必须提前布局，抢占先机。

【考核任务】

为答谢新老顾客长期以来对公司的厚爱。20××年元旦节，公司拟在长沙含浦店、东塘店和树木岭店同时开展大型促销活动。预算控制在 10 万元之内。请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年元旦节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注

<table>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="13">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="13">策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">具体内容</td><td>封面完整</td><td>5</td><td>要素具备（名称、策划者、时间）。</td></tr>
<tr><td>活动主题</td><td>6</td><td>有主题（2 分），主题鲜明、引人注目（4 分）。</td></tr>
<tr><td>活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2 分），目标较为明确、具体、具有针对性（3 分）。</td></tr>
<tr><td>时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。</td></tr>
<tr><td>对象选择</td><td>5</td><td>促销产品明确、活动对象选择基本准确。</td></tr>
<tr><td>活动方式</td><td>10</td><td>刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式。（少一种扣 3 分）</td></tr>
<tr><td>实施安排</td><td>12</td><td>事前准备充分（3 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）。</td></tr>
<tr><td>广告配合</td><td>7</td><td>有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3 分）。</td></tr>
<tr><td>预算恰当</td><td>5</td><td>有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）。</td></tr>
<tr><td>意外防范</td><td>5</td><td>具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案，每个预案（2 分），合理度（1 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案创意独特且可行</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td>100</td><td></td><td></td></tr>
</table>

14.试题编号：4-14,化妆品“三八节”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

奥岚雪化妆品有限公司位于四川成都，隶属于地奥集团。地奥集团本是制药世家，奥岚雪是由地奥集团研制和生产出来的的专业天然美容护理品，这是地奥集团由制药行业向美容化妆品行业的品牌延伸，是地奥品牌战略的又一思路。奥岚雪产品分为以下五个系列：明眸眼

部体系----眼霜及眼贴膜类；姣妍新生系列----抗衰老护肤类；亮颜美白系列----美白护肤类；水样滋润系列----保湿护肤系列；特殊修复类----皮肤问题修复类。

奥岚雪的品牌含义就是----医学，美学，奥岚雪。从医学的角度来做美学，更加具有专业性和权威性。品牌的定位就是广大消费者的美容护理专家，其价位适中，能为广大工薪阶层所接受。企业围绕“美容护理专家”这一品牌形象而对奥岚雪的眼贴膜、面贴膜进行宣传。反过来对奥岚雪眼贴膜、面贴膜的宣传推广都是为了塑造奥岚雪“美容护理专家”的品牌形象，顺利由地奥的制药品牌形象向奥岚雪的美容护理品牌形象过渡。2019 年销售额突破了 120 亿元人民币，获得了更高速增长。目前已经稳固浙江一带沿海市场，现企业着手从沿海地带辐射全国各地各区域，希望成为国内化妆品的佼佼者。

【考核任务】

假设企业目前有意开拓湖南市场，并采用美容院加盟的方式，请根据促销方案策划的流程为其加盟美容院 20××年“三八节”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="13">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="13">策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">具体内容</td><td>封面完整</td><td>5</td><td>要素具备（名称、策划者、时间）。</td></tr>
<tr><td>活动主题</td><td>6</td><td>有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）。</td></tr>
<tr><td>活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）。</td></tr>
<tr><td>时间地点</td><td>5</td><td>选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。</td></tr>
<tr><td>对象选择</td><td>5</td><td>促销产品明确、活动对象选择基本准确。</td></tr>
<tr><td>活动方式</td><td>10</td><td>刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式。（少一种扣3分）</td></tr>
<tr><td>实施安排</td><td>12</td><td>事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）。</td></tr>
<tr><td>广告配合</td><td>7</td><td>有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3分）。</td></tr>
<tr><td>预算恰当</td><td>5</td><td>有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）。</td></tr>
<tr><td>意外防范</td><td>5</td><td>具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案创意独特且可行</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td colspan="2">100</td><td></td></tr>
</table>

15.试题编号：4-15,国庆节空调促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

珠海格力电器股份有限公司成立于1991年的，是一家集研发、

生产、销售、服务于一体的国际化家电企业，以“掌握核心科技”为经营理念，以“打造百年企业”为发展目标，凭借卓越的产品品质、领先的技术研发、独特的营销模式引领中国制造，旗下拥有格力、TOSOT、晶弘三大品牌，涵括格力家用空调、中央空调、空气能热水器、TOSOT 生活电器、晶弘冰箱等几大品类家电产品。

2012 年格力电器实现营业总收入 1001.10 亿元，成为中国首家超过千亿的家电上市公司；2020 年 4 月 30 日，格力电器发布 2019 年业绩报告。报告显示，公司 2019 年实现营业总收入 1981.53 亿元，同比增长 0.02%；归属于上市公司股东的净利润为 246.97 亿元，同比减少 5.75%。

格力空调，是中国空调业唯一的“世界名牌”产品，业务遍及全球 160 多个国家和地区。根据《暖通空调资讯》发布的数据，格力中央空调以 14.7%的市场占有率稳坐行业龙头地位，实现国内市场“八连冠”。根据奥维云网市场数据，2019 年格力电器占据中国家用空调线下市场份额 top1，零售额占比 36.83%；线下市场零售额 top20 家用空调机型中，格力电器产品有 12 个，占比达 60%。根据日本经济新闻社 2019 年发布的数据，格力电器以 20.6%的全球市场占有率位列家用空调领域榜首。

作为一家专注于空调产品的大型电器制造商，格力电器致力于为全球消费者提供技术领先、品质卓越的空调产品。在全球拥有珠海、重庆、合肥、郑州、武汉、石家庄、芜湖、巴西、巴基斯坦等 9 大生产基地，7 万多名员工，至今已开发出包括家用空调、商用空调在内的 20 大类、400 个系列、12700 多个品种规格的产品，能充分满足不同消费群体的各种需求；累计申请技术专利 15600 多项，其中申请发明专利近 5000 项，自主研发的磁悬浮变频离心式制冷压缩机及冷水机组、光伏直驱变频离心机系统、双级变频压缩机、无稀土变频压缩机、R290 环保冷媒空调、1 赫兹变频空调、多功能地暖户式中央空调、

永磁同步变频离心式冷水机组、超低温数码多联机组等一系列“国际领先”产品，填补了行业空白，改写了空调业百年历史。

【考核任务】

现格力公司为了加大在湖南地区的市场占有率，迅速占领湖南各区域新兴小区空调产品的市场份额，欲在湖南地区于20××年国庆期间针对新房装修用户开展一次大规模超优惠的促销活动，请根据促销方案策划的流程结合你所在区域实际情况为格力促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）		20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
作	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方

品（80分）	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	具体内容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）。	
		活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）。	
		活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）。	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确。	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式。（少一种扣3分）	
		实施安排	12	事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）。	
		广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3分）。	
		预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）。	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

16.试题编号：4-16，三八节百丽女鞋促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

百丽(BeLLE)集团，20世纪70年代创于香港，90年代由香港著名鞋款设计师、资深实业家邓耀先生引入内地，并针对内地市场重新包装定位，获得极大成功。BELLE取义法语“美丽的女人”，主打时尚真皮女鞋，兼产男鞋，主要顾客群为“年龄20—40岁，中等收入”的都市白领阶层。BELLE风格多样，以“舒适、简约、职业、成熟”为主流，亦不乏新潮、时尚、前卫。并以大众化的价格、优质的产品及诚信的服务确立了自己鲜明的品牌形象，短短几年内迅速受到广大消费者的喜爱与拥戴。

百丽不仅是一个鞋的品牌，更是一种生活态度、一种生活主张、一种生活方式；现代潮流的生活应该是多层次、全方位的，人们追求不同的生活体验及生活经历，只有不断掌握变化，适应变化，在变化

中展现女性外在与内在的完美气质和姿彩，才能在各个方面展示自己的魅力。

百丽鞋业在中国大陆以高端女士正装鞋连锁经营闻名，生产、销售百丽（Belle）、思加图（Staccato）、真美诗（Joy&Peace）、天美意（Teenmix）、他他（TATA）等品牌，还是耐克、李维斯和美国都市休闲服饰名牌多克斯（Dockers）在华主要代理商。除了百丽良好的声誉，更吸引新百伦的是百丽的销售体系——覆盖了中国内地80多个大中城市，共有各品牌营业店铺860多间。

BELLE百丽创自中国香港特区，取义法语“美丽的女人”，推崇“走过四季，依然百丽”的精品穿着概念，迎合与照顾时尚女性对事物“多面”、“立体”的需求。百丽是品牌，也是一种生活的形容词，更是一类人群的统称，主打时尚真皮女鞋，兼产男鞋，主要顾客群为“中等收入，年龄20—40岁”的都市白领阶层。

产品风格多样，以“舒适、简约、职业、成熟”为主流，亦不乏新潮、时尚、前卫。以大众化的价格、中档的产品及优质的诚信服务确立了自己鲜明的品牌形象，短短几年内迅速为广大消费者所拥戴。

【考核任务】

现公司为了扩大在A区域市场占有率，提高品牌关注度和影响力，请根据促销方案策划的流程为该公司20××年A市场（提示：A区域可以更换为你所熟悉的市场区域）的“三八”女人节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20 分）			20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。(很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
作品（80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
	具体内容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）。	
		活动主题	6	有主题（2 分），主题鲜明、引人注目（4 分）。	
		活动目标	5	有活动目标（2 分），目标较为明确、具体、具有针对性（3 分）。	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确。	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式。（少一种扣 3 分）	
		实施安排	12	事前准备充分（3 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）。	
		广告配合	7	有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3 分）。	
		预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）。	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案，每个预案（2 分），合理度（1 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	

合计	100	

17.试题编号：4-17，日威电器父亲节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

宁波日威电器有限公司，始创于1999年，是一家专业经营剃须刀、电吹风、剃绒器、电推剪、电熨斗、挂烫机等个人和专业护理电器的公司，作为一家集研发、生产和销售的综合性小家电企业，日威电器在上海松江、宁波慈溪拥有四个生产基地，员工1000余人。企业通过IS9001：2008质量管理体系认证，产品通过GS、CE、EMC、CCC、ROSH等多项国际认证。日威品牌还相继荣获“中国驰名商标”、“中国质量过硬放心品牌”、“中国知名品牌”、“中国小家电行业十大影响力品牌”等荣誉称号。

日威剃须刀是日威电器旗下的拳头产品，多年来，通过执着奋发，在市场和业内，树立了良好的品牌声誉和极强的综合竞争力。在研发方面处于行业领先地位，拥有多项专利技术。日威剃须刀六大系列，丰富的产品线，无论是从造型到性能、还是从质量到价值，都能满足顾客个性而苛刻的要求，为其提供舒适高雅的感官享受。

日威电器自成立以来，公司秉承“创新、领先、成长、服务、尊重”的企业理念；以人为本，广纳贤士，打造富有激情和开拓精神的专业团队。以“用品质诚信于客户，以创新服务于市场”的企业宗旨；以“质量为本、信誉为魂”的品质理念；以“追求卓越，领导时潮”的企业使命；不断精益求精，孜孜追求，致力于成为中国生活电器的领导品牌。

日威剃须刀品牌属性（品牌的特点）：

专注17年：日威专注电动剃须刀的研发生产17年，产品均为独立生产，品质稳定，并拥有发明专利和外观专利。

产品丰富：至尊系列(三头浮动/往复)、至俊系列(双头浮动式)、至美系列(双头浮动式)、至简系列(往复式)、至尚系列(往复式)、至速系列(单旋式)。

贴面舒适：双环贴面刀网、独立浮动刀头、自动提须装置、自动研磨功能等先进技术，让贴面剃须成为轻松畅快的高尚享受。

剃须彻底：强劲动力结合独创精玄刀头，轻松应对难剃部位，杜绝任何残留，剃须更彻底。

创新跨界设计：日威文化内涵融合跨界元素，借鉴国际知名品牌设计艺术，将科技与艺术完美结合，创造人机美学新风尚。

时尚生活标志：睿智刚毅、尊贵典雅、时尚美观，日威不仅仅是一款剃须刀，更展现的是一种时尚生活元素。

高性价比：坚持以专业服务消费者，四大生产基地，全国领先规模，让中国男性轻松拥有最质优价廉的电动剃须刀。

日威剃须刀品牌精神：

日威剃须刀品牌价值观："剃"验生活的轻松感觉；

日威剃须刀品牌文化：积极进取，乐观向上；

日威品牌个性：富有激情、乐观进取、追求生活品质、具有创新精神、渴望享受高品位生活的态度；

日威剃须刀产品核心利益：剃须很彻底，高尚享受，更有魅力；

日威剃须刀产品定位：专业品质产品、价格实在产品、质量可靠产品、外观时尚产品；

日威剃须刀整体品牌定位：剃须专家；中国电动剃须刀领导品牌；

日威剃须刀品牌宣传主题：专注电动剃须刀 17 年，专注品质，成就经典。

【考核任务】

面对竞争激烈的个人护理市场，为提高品牌在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，增加销售量，日威公司欲在 20××年 6 月进行一

次较大规模的促销活动，请根据促销方案策划的流程为该企业20××年湖南A市场（提示：A市场可以更换为你所熟悉的某市场区域）的“父亲节”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。(很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下)</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="5">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="5">策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">具体内容</td><td>封面完整</td><td>5</td><td>要素具备（名称、策划者、时间）。</td></tr>
<tr><td>活动主题</td><td>6</td><td>有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）。</td></tr>
<tr><td>活动目标</td><td>5</td><td>有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）。</td></tr>
</table>

		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确。	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式。（少一种扣 3 分）	
		实施安排	12	事前准备充分（3 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）。	
		广告配合	7	有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3 分）。	
		预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）。	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案，每个预案（2 分），合理度（1 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

18. 试题编号：4-18，尚艺“五一”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

尚艺是由国内顶级美发大师张泽全先生创办，集美容美发服务及教育培训为一体的大型集团，总部位于广州市。尚艺始创于 1994 年，从一家名不见经传的小型美发中心逐渐发展成为一家管辖多家培训机构、服务企业及千余家终端分店的大型企业，涉及员工超过 2 万人、终端顾客达到 1500 万人。十余年的风雨兼程、摸爬滚打，尚艺走出了一条以“学校育人才、以分店出效益”的成功之路，培养了大批美容美发经营管理人才和专业技术人才，打造出了“尚艺”这一全国知名品牌。

尚艺秉承“共创、共荣、共享”的核心理念，弘扬“自强不息、永不言败”的企业精神，着力打造企业的核心竞争力，使企业始终站在时代发展的最前沿，引领美容美发行业的时尚潮流。

“创精彩人生、造美丽生活”是时代的强音，也是尚艺的使命。尚艺美容美发集团愿以海纳百川的博大胸怀，与广大有志投身于美容美发事业的有识之士携手同行、共铸辉煌。

公司现有产品和服务项目包括：

美发SALON：烫发系列、潮流发型、护发系列、接发系列、造型系列、染发系列

美容SPA：面部护理、身体护理、SPA养生、基础护理、头疗养生

美容美发产品：面部护理、美发造型、美发护理、彩妆产品、身体护理

【考核任务】

为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，请根据促销方案策划的流程为该企业20××年湖南市场“五一”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注

			分值	评分标准	备注
职业素养及操作规范（20分）			20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
作品（80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
	具体内容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）。	
		活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）。	
		活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）。	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确。	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式。（少一种扣3分）	
		实施安排	12	事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）。	
		广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3分）。	
		预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）。	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

19.试题编号：4-19，母亲节足浴器促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

足浴器是足部保健设备，对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体阴阳失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病保健的效果，有自我保健和延年益寿之功效。随着人们保健意识的逐步增强，足浴器愈来愈受到消费者的青睐，但是以次充好的产品也开始进入市

场，不少消费者反映产品在使用过程中出现不能加热、臭氧功能无用等问题。

宁波康因姆电子科技有限公司座落于长江三角洲，有着家电之乡美誉著称的宁波，毗邻杭州湾跨海大桥。交通便捷，商机无限，康因姆电子是一家集开发、设计、生产、销售于一体的私营企业，公司主要生产足浴按摩器，小家电等产品。

康因姆人始终以“诚信、创新、可靠、精致”为经营理念，坚持以造福人类健康为奋斗目标。做人们健康生活的好保姆，在资深的养生专家指导下，研发了新一代养生的足浴器，为广大消费者送去了健康。目前公司已经拥有全套的开发和专业生产设备、还配备了国内先进的装配生产线和检测中心，而且公司还拥有一批实战经验非常丰富的技术人员和工程师，从而确保产品了质量。

康因姆人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，康因姆人坚持以市场为导向，满足消费者需求为目标，生产高质量的产品，给予最完美的服务，树立康因姆的品牌之路。

目前公司所生产的足浴按摩器产品主要根据额定功率、内筒深度及水容量有以下分类：

K218B 金苹果：产品从上往下望呈苹果状，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-118A：产品从上往下望呈苹果状，上端配有旋钮开关，，桶内配有按摩石，针刺按摩头，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。装水容量为 5.5L；

K-138B：产品上端配有双屏显示器，以及功能控制键，还带个遥控器，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为防滑减震垫脚。装水容量为 6.5L；

K-218A 红苹果、K-218A 金苹果、K-218A 青苹果：产品从上往下

望呈苹果状，上侧配有功能旋钮，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还配有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。（三种产品外观颜色不同：红色、金黄色、墨绿色）

K-218B 红苹果、K-218B 青苹果：产品为红色与墨绿色，从上往下望像一只红色的苹果，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-228C：产品上端配有显示屏，以及调温键，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有瀑布式冲浪孔和一个药盒。产品底座为减震垫脚。装水容量为 11L；

K-258B：产品上端配有数码显示屏，以及控制键，桶外有外排水管。产品底座为带锁方向滚轮。装水容量为 9L。

【考核任务】

现公司欲进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年湖南某区域市场(提示：某区域市场可以选择你所熟悉的市场区域)的母亲节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20 分）			20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
作品（80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
	具体内容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）。	
		活动主题	6	有主题（2 分），主题鲜明、引人注目（4 分）。	
		活动目标	5	有活动目标（2 分），目标较为明确、具体、具有针对性（3 分）。	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确。	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式。（少一种扣 3 分）	
		实施安排	12	事前准备充分（3 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）。	
		广告配合	7	有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3 分）。	
		预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）。	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案，每个预案（2 分），合理度（1 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

20.试题编号：4-20，NOCOL 劳克卫浴“五一”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

安徽黄氏和盛经济发展有限公司旗下的NOCOL劳克品牌在中国大陆专业致力于卫浴产品系列开发、生产和销售，先后在广东佛山和安徽合肥建立了陶瓷生产基地和浴室家具生产基地。旗下现有浴室柜、卫浴陶瓷、五金龙头等三大类上百个产品系列。

浴室柜系列包括：罗莉系列、阿曼达系列、奥古斯都系列、欧式风情系列、中国风情系列、牧恩系列、斯卡特系列、五线谱系列、摩丁系列共10种产品；

台盆系列：陶瓷台下盆、陶瓷台上盆、半嵌式陶瓷台上盆、一体式陶瓷台上盆、微晶石台上盆，配备水龙头、微晶石台上盆共39种产品；

浴缸系列：方形有群浴缸、圆角有群浴缸共3种产品；

座便器系列：共17种产品；

水龙头系列：共51种产品；

NOCOL劳克产品引进运用意大利生产工艺，同时充分融入中国传统文化元素，以丰富的理念内涵和多元化的个性设计并称于世。在日益激烈的全球化市场竞争中，劳克产品将一如既往地以提供高品质、高品位的卫浴产品为发展根本，以不断满足客户新的需求为设计方向；努力传承世界先进卫浴文化，以体贴入微的服务全面致力于为中国家庭打造时尚、舒适、个性的居家生活空间。

NOCOL劳克卫浴，凭借先进的研发技术、雄厚的实力规模、卓越的产品品质、完善的服务体系、创新的经营策略，日渐成为中国卫浴行业耀眼新星。

NOCOL劳克卫浴坚持“以客为本，共同成长”的经营理念，为客户提供高品质卫浴产品，正在赢得越来越多中国消费者的支持与信赖。改善人们的卫浴生活品质、推动人类卫浴文明的进步是所有劳克人的永恒追求。

【考核任务】

现假设公司欲在20××年五一期间进入湖南A区域市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军湖南A区域市场（提示：A区域可以更换为你所熟悉的区域），请根据促销方案策划的流程为该企业五一劳动节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范
（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">作品（80</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="4">策划方案字数不少于1500字，每少50</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">具体</td><td>封面完整</td><td>5</td><td>要素具备（名称、策划者、时间）。</td></tr>
<tr><td>活动主题</td><td>6</td><td>有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）。</td></tr>
</table>

分）	内容	活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）。	字扣1分
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确。	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式。（少一种扣3分）	
		实施安排	12	事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）。	
		广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3分）。	
		预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）。	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

五、新品全渠道（线上线下结合）推广

1.试题编号：5-1，设计Reno10手机湖南市场推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

OPPO是一款主要以拍照（自拍）作为亮点的手机品牌。OPPO一直专注手机拍照的技术创新，开创了“手机自拍美颜”时代；全球超过2亿人正在使用OPPO拍照手机。“至美”是OPPO的品牌精髓，传达了OPPO品牌对极致精美的追求和达到至善至美的决心。至美，不仅代表追求极致，更代表了对美和艺术的追求。

Reno是OPPO今年4月份推出的全新产品线，目前已经发布了Reno标准版、Reno10倍变焦版、RenoZ三款产品。在这三款产品中，Reno10倍变焦版的定位最高，搭载了骁龙855、包含潜望式长焦的10倍变焦后置三摄、横向线性马达，配色上相比Reno标准版和RenoZ要少一些，首批发售的只有极夜黑、雾海绿两个配色。618期间，OPPO终于推出了Reno10倍变焦版的第三个配色——薄雾粉。和标准版类

似，Reno10 倍变焦版的薄雾粉配色同样采用了雾面玻璃，真机的颜色较淡，对着光可以看到一些偏金色的光泽。

该产品由如下特点：

1.构图更自由，拍远也清晰。

2.新增 AI 夜景人像优化，将人物与夜景分区处理，保护人像真实肤色，助力创作有质感的夜景人像大片。

3.Reno 系列主摄采用 4800 万超清像素，超高图像解析力，色彩自然纯正，为影像作品捕捉更多生动细节。

4.雾面玻璃加上黑，海绿和雾粉三种颜色体现出产品的高级感。

型号和市场零售价：

6G+128G:3999 元

6G+256G:4499 元

8G+256G:4799 元

由于这是该品牌首次推出高价位的手机，希望借着国产手机良好发展的势头，加大 reno10 系列手机的推广力度，完成企业的产品升级。

【考核任务】

OPPO 集团加快了该型号手机在全国的销售力度，请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="15">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="15">推广方案字数不少于 2000 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="13">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品 SWOT 分析</td><td>8</td><td>新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的活动形式（包括广告、公关和促销）（4 分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1 分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>5</td><td>有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>3</td><td>有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）</td></tr>
</table>

	创新方面	5	方案创意独特且可行	
合计		100		

2.试题编号：5-2，设计 Geneo Personal 家用焕氧活肤仪湖南地区推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

Pollogen 始建于 2006 年， 是一家全球性集开发和制造的企业，为专业商用和家用的抗衰老美容电子产品提供解决方案。

以色列的创新环境孕育了医疗与家庭美容市场的全球领导者 Pollogen。Pollogen 有限公司是深具改革精神和专利技术的开发者和制造商，致力于为医学美容专业人士以及家用美容消费者提供创新、安全和有效的解决方案。该公司拥有数项全球领先专利技术，提供包括 TriPollar RF、Ablative RF、Fractional RF、OxyGeneo™和 DMA 等一系列高端美容科技。Pollogen 为逾 60 个国家的专业人士和消费者提供解决方案，满足美容行业中专业人士和私人客户的特定需求。

2019 年 1 月，公司推出全新的 Geneo Personal 家用焕氧活肤仪，该仪器提供独一无二的焕氧活肤护理，可为肌肤充盈氧气、活化细胞、焕新肤质，让天然美颜“肌”轻松呈现。

该产品有如下特点：

1.有助于维持血液和肌体中二氧化碳与氧气的动态平衡。二氧化碳浓度升高，引发红细胞内血红蛋白亲氧性下降，释放氧分子，进而为皮肤充盈氧气。

2.Geneo Personal 家用焕氧活肤仪拥有专属的搭配套装，包含焕活面霜、凝胶和焕氧泡泡片。后两者中的特定成分在焕氧过程中经化学作用释放大量二氧化碳，进而焕氧活肤，使得焕活面霜中的丰富营养能够更好地进入皮肤深层，持续改善肌肤状态、让提升颜值事半功倍。

3.Geneo Personal 家用焕氧活肤仪的轻微震动，有助于丰富二氧化碳泡泡的生成并深层清洁毛孔中的沉积污垢、化妆品和油脂残余，在清洁皮肤的同时有效充盈肌底、促进血液循环，让美颜触手可及。

市场统一零售价：2588 元

【考核任务】

为回馈中国消费者，TriPollar 将 2019 年的全新革命性产品 Geneo Personal 亚洲发售首站定于中国，已经在 2019 年 1 月份在上海举行了新品发布会，现在想要在全国省会城市全部铺开。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">作品（80</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="3">推广方案字数不少于 2000 字，</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td>具体</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
</table>

分）	内容	前言	2	简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。	每少50字扣1分
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。	
		市场分析	10	市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。	
		新品分析	2	对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。	
		新品SWOT分析	8	新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3分），目标明确、具体、具有可行性。（2分）	
		推广策略	20	（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于2个主题活动,而且必须使用两种或两种以上的活动形式(包括广告、公关和促销)（4分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理，可行（1分）	
		效果评估	3	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

3.试题编号：5-3，美的无风感柜式空调湖南地区推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

美的是一家消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链（物流）的科技集团。每年为全球超过3亿用户、及各领域的重要客户与战略合作伙伴提供满意的产品和服务，致力创造美好生活。

随着消费语境的升级，对空调产品的需求不再仅仅是提供“凉爽”，也包括舒适和健康。这时候，最大的痛点成为如何避免“冷风

直吹”，如何减少“空调病”，如何兼顾老人、孕妇、儿童不同群体的不同需求。

在深入15个地区，入户回访、电话回访、专家工作坊等调研超过2000次之后，美的空调首创“无风感”层递式气流柔化核心技术，并且在“风语者”无风感空调产品中落地应用，实现用户使用体验的颠覆性突破。

该产品有如下特点：

该系列空调新品中加入“微孔导风”系统，特有的7928个柔风微孔，配合双层层递式柔化气流柔化设计，首次实现空调的“正面上下、侧面左右”的立体出风，让全屋凉感更均匀。

“风语者”无风感空调搭载智能监测技术的第三代智慧天使眼，将“知冷暖”、智能“风随人动”、“风避人吹”等诸多方式演绎到极致。这也首次实现了空调从过去的“被人控制”到“主动适应”变化。

3.用户可以定制不同的无风感模式。以“风语者”无风感挂机为例，就可以定制三种不同模式：“冷风不吹人”的防直吹模式；“轻柔更舒适”的柔风感模式；“凉感更均匀”的无风感模式。

4.兼具时尚感和设计感的外观和工艺，以及融合传统文化的深刻底蕴。

售价：

大2匹：8999元

大2匹：9999元

【考核任务】

美的公司于2018年夏在广州发布了全新的无风感空调系列，瞬间领跑羊城柜式空调系列。现想要在今年夏天在全国范围内进行产品的推广。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、

思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="10">推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。</td></tr>
<tr><td>新品SWOT分析</td><td>8</td><td>新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3分），目标明确、具体、具有可行性。（2分）</td></tr>
</table>

		推广策略	20	（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的活动形式（包括广告、公关和促销）（4 分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1 分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）	
		效果评估	3	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

4.试题编号：5-4，娃哈哈锌多多钙多多营养酸奶湖南地区推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

杭州娃哈哈集团有限公司创建于 1987 年，为中国最大全球第五的食品饮料生产企业，在销售收入、利润、利税等指标上已连续 11 年位居中国饮料行业首位，成为目前中国最大、效益最好、最具发展潜力的食品饮料企业。

消费升级趋势下，常温酸奶市场依然保持着强劲的增长，2018 年常温酸奶整体市场规模已突破 300 亿，而儿童型常温酸奶市场仍存在空白。依托在儿童营养领域所积累的品牌地位和优势，娃哈哈推出升级产品---娃哈哈锌多多、钙多多营养酸奶。它最大的特点是补锌补钙，还兼备了“天生可爱”的外表，让小朋友爱不释手。这款单品自上市就受到了广大消费者的欢迎，市场表现一直不俗，已成为娃哈哈增长最迅猛的新品之一。

该产品由如下特点：

1.含有钙，纳，锌等多种营养物质，有助于强化骨骼，改善食欲，营养丰富均衡。

2.益生菌发酵，并富含香浓果汁，口感更好更营养。

3.0脂肪同时添加牛磺酸的健康儿童饮品。

4.以可爱小黄鸭和小猪为形象包装，可爱有趣。

产品售价：45元/箱，200g*12

【考核任务】

娃哈哈一直致力于儿童饮品的研发，根据市场的需求推出了锌多多钙多多的新品。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="4">推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">具体内</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
</table>

	容	目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。	分
		市场分析	10	市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。	
		新品分析	2	对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。	
		新品 SWOT 分析	8	新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确	
		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）	
		推广策略	20	（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于 2 个主题活动,而且必须使用两种或两种以上的活动形式(包括广告、公关和促销)（4 分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1 分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）	
		效果评估	3	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

5.试题编号：5-5，设计老板电器下嵌式蒸箱湖南市场推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

杭州老板电器股份有限公司是经过三十年市场检验的专业厨房电器生产企业。集团总部位于风景秀丽的杭州，这是一块集人文风貌与经济发展双重优势的宝地。老板集团也在这块宝地不断壮大发展，打造出“老板厨房电器”这一中国家庭熟悉与喜爱的著名品牌。老板电器致力于改善人类的烹饪环境，把中国悠久的饮食文化与先进的科学技术相结合，让每个家庭都享受到由精湛科技带来的轻松烹饪。老

板厨房电器将自己定位于高端市场，通过技术创新，在工艺、质量、原材料等方面的高标准、高要求，使得老板产品迅速提升了一个档次，在市场上与同类产品建立了一个较明显的区隔；通过技术、工艺和设计理念的领先，让产品能够引领消费潮流，成为行业技术发展的标志。

今年 3 月，在上海举行的中国家电及消费电子博览会上，老板电器发布了一款下嵌式蒸箱新品。不同于传统的内嵌在橱柜或墙壁里的蒸箱，这款蒸箱隐藏在灶台内，关上盖子是厨房台面，打开盖子里面便是蒸箱空间，同时提供多种蒸制方法，无论是把竹笼蒸屉放进去还是摆在灶台上面都可以使用。

该产品有如下特点：

1. 关上是台面，打开是蒸箱，创造更多的厨房空间。台面平整，可以充当临时操作区。

2. 下嵌式设计，带来开合不弯腰，拿去更方面的轻松体验。

3. 冷凝水自然导流，穹顶设计，不滴水，保留菜品的原味，不破坏食物口感。

4. 底部加热管精准控制火力，整齐自上而下扩散，均匀加热食材，避免半生不熟。

5. 遵循传统的透气竹蒸，让食材自由呼吸，消除高压对食物营养结构的破坏，保留原材料的新鲜度。

售价：6680/台

【考核任务】

老板的厨房电器在全国范围内已经拥有很高的知名度，但是蒸箱的销售情况远不如其烟机和灶台产品。随着现在消费者对食物的品质要求提高，现想借着新品推出的机会，在全国范围内推广蒸箱系列。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="12">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="12">推广方案字数不少于 2000 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品 SWOT 分析</td><td>8</td><td>新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两</td></tr>
</table>

				种以上的活动形式（包括广告、公关和促销）（4分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
		效果评估	3	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

6.试题编号：5-6，设计小米IH电饭煲湖南市场推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

北京小米科技有限责任公司成立于2010年3月3日，是一家专注于智能硬件和电子产品研发的移动互联网公司，同时也是一家专注于高端智能手机、互联网电视以及智能家居生态链建设的创新型科技企业。“让每个人都能享受科技的乐趣”是小米公司的愿景。小米公司应用了互联网开发模式开发产品的模式，用极客精神做产品，用互联网模式干掉中间环节，致力让全球每个人，都能享用来自中国的优质科技产品。

小米电饭煲是小米生态链企业纯米科技打造的米家压力IH电饭煲。小米电饭煲采用的是IH电磁加热技术。IH是Induction Heating的简写，是电磁加热的意思，原理就是通过电磁线圈接通交流电，使金属内部自行产生摩擦热量。米家压力IH电饭煲由前三洋电饭煲事业部开发部长、压力IH电饭煲（电磁环绕加热）发明人内藤毅领导的纯米科技打造，由伊立浦代工（虎牌、象印电饭煲代工厂）。

使用方法：通过配套的手机App扫描大米外包装的条形码，电饭煲就可以根据大米的米种、品牌、海拔来匹配煮饭加热方案，目前云

端已有 2450 个方案。同时，用户还可以通过 App 线性调节米饭的软硬度。

该产品有如下特点：

1. 小米电饭煲采用的是 IH（Induction Heating）电磁加热技术，精准控制在 1.2 倍大气压+105℃沸点，让米饭晶莹剔透，口感好。

2 并独创了磁力泄压阀，易清洗，可靠。

3. 灰铸铁内胆有壁厚、加热均匀、蓄热性强等特点，辅以大金粉体涂层，历经 69 道工序，做到不粘锅。

4. 有 4L，3L，1.6L 这三种不同容量规格的电饭煲，让不同饭量需求的用户有了更多选择。

售价：

1.6L:199 元/台

3L:379 元/台

4L:509 元/台

【考核任务】

小米一直以高科技高性价比出名，但是一直缺乏一款代表性的商品，没有哪一种产品是别人一想到这一款产品就会想到小米的。现希望把 IH 电饭煲系列产品做成具有代表性的商品。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="13">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="13">推广方案字数不少于 2000 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="11">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品 SWOT 分析</td><td>8</td><td>新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的活动形式（包括广告、公关和促销）（4 分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1 分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>5</td><td>有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>3</td><td>有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）</td></tr>
</table>

	创新方面	5	方案创意独特且可行	
合计		100		

7.试题编号：5-7，设计诚赫宝贝品牌湖南市场推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

诚赫宝贝品牌创立于2014年,总部位于辽宁。诚赫宝贝始终致力于无添加婴幼儿辅食的探索与研究,生产过程中绝不添加任何添加剂、香精等，不仅拥有营养的配方和严格的生产标准，一切以宝宝健康成长的营养需求为出发点，不断推陈出新。如2018年，诚赫宝贝推出一系列的果蔬面条，面条口味多样，有菠菜，黄瓜，南瓜，胡萝卜等；同时造型多样，有宽面，细面，颗粒面等。诚赫宝贝品牌承诺：

1.原料来自自有有机果蔬基地,从源头保障原料达到安全食品标准，不使用农药、激素、化肥等有害物质

2.旗下产品兼顾味道和外形，解决孩子成长中的营养问题。

3.会员俱乐部聘请国家级营养师，定期为顾客提供育儿课程，解答宝妈的育儿困惑及科学喂养。

【考核任务】

诚赫宝贝品牌目前一直在线上销售,现想要实现从线上到线下的全渠道营销。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品牌全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="12">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="12">推广方案字数不少于 2000 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="10">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品 SWOT 分析</td><td>8</td><td>新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的活动形式（包括广告、公关和促销）（4 分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1 分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>5</td><td>有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）</td></tr>
</table>

		效果评估	3	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

8.试题编号：5-8，设计轻轻茶湖南市场推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

湖南省茶业集团股份有限公司是一家集茶叶种植、加工、科研、销售和茶文化传播于一体全产业链经营、专业制茶、内外贸并举的农业产业化国家重点龙头企业。公司下设10个业务部门，参控股 60多家企业，拥有3个部、省级科研平台，在全省建立了97个优质茶园基地，总面积达60万亩，联结带动了40万户茶农，与80多个国家和地区保持了稳定的贸易联系。公司以茶为主，现有 白沙溪、湘益、臻溪、君山、潇湘等品牌产品，主要加工经营红茶、绿茶、黄茶、黑茶、白茶、青茶及茉莉花茶、特种茶、小包装茶、袋泡茶、茶饮料、速溶茶粉、茶食品、提取物等，同时经营粮油、土产畜产、轻工化工、机电等产品。

集团于2018年推出的轻轻茶是利用荣获国家科技进步二等奖的科学技术萃取出的黑茶金花精华。它从优选的冠突散囊菌代谢出的众多有益物质中，提取出茯茶素A、茯茶素B、复合茶多糖等有益元素。经过纯净水冷冻萃取技术提炼，完整保留了有益物质的活性和成分，去除农残和重金属等有害物质，是十分安全的纯天然的茶原液提取产品，每条富含18种氨基酸、国家保密菌种--金花（冠突散囊菌）。

该产品有如下特点：

1.轻轻茶通过提取普通茯茶中的有效成分后，重新配比，人体100%吸收；

2.提取多种有益物质，有减肥，抗氧化，去湿等功效。

3.小袋包装，便于携带。

4.可以冷泡，一年四季都可以喝，随时随地，即冲即饮。

【考核任务】

轻轻茶是湖南茶叶集团研发的一款适合绝大部分年龄层的茶饮品。现希望将这一款产品做成茶叶集团的明星产品。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15分；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="5">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="5">推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
</table>

		市场分析	10	市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。	
		新品分析	2	对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。	
		新品 SWOT 分析	8	新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确	
		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）	
		推广策略	20	（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于 2 个主题活动,而且必须使用两种或两种以上的活动形式(包括广告、公关和促销)（4 分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1 分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）	
		效果评估	3	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

9.试题编号：5-9，设计九阳 K 系列豆浆机湖南市场推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

经过 25 年的快速发展，九阳已成为家喻户晓的小家电领导品牌。如今的九阳，不再只是提供产品，而是致力于给人们带来极致、便捷的全新生活方式。2018 年，九阳推出了不用手洗的豆浆机 K1，实现了从制浆到清洗整个过程的无人化，解决了传统豆浆机清洗麻烦费时的痛点。获得了许多消费者的青睐。今年，九阳则一口气推出 3 款全新的不用手洗的“懒人版”豆浆机 K 家族——K1s、K 迷你和 Ksolo，开启了豆浆机的年轻化、时尚化和潮流化，让豆浆机走出厨房，走进

客厅、办公室，更满足了不同人群的需求。除了会做豆浆，全新一代的 K 系列还会磨咖啡、泡奶、冲茶，甚至可以当做热水即饮机使用，是一台不折不扣的多功能饮品机。

K 系列豆浆机产品有如下特点：

1.K1：

不用手洗，还能热烘除菌。豆料放进豆浆机一键启动后，K1s 不但会自动感应进水、研磨、出浆、清洗，废水流进余水盒后，机器还会自动感应进行热烘除菌程序，洗烘一体，没有余水，拒绝细菌滋生，更便利、更安心。

K1s 工作时最高声音只有 65 分贝，粉碎豆料的声音就像烧开水一样安静。

2．K 迷你：

（1）体积比 K1s 缩小 12%，高度减小 22%，让无处安放的厨房空间更加简洁，还拥有珍珠白、珊瑚粉、松石绿、琥珀黄四款时尚配色，令人眼前一亮。

3.Ksolo：

外型则只有 K1s 的一半，可以放在办公桌上，方便消费者无论早餐、工作加餐、日常休闲，一次一杯，更加自由地随时随地享用，既不占地，又能起到装饰美化空间的作用。

售价：

K1s：2599 元/台

K 迷你：1899 元/台

Ksolo：1999 元/台

【考核任务】

九阳豆浆机一直是九阳旗下的明星产品。但是随着其他小家电品牌的发展，和消费者生活方式的改变，九阳所面临的竞争和困境也越来越大。现希望在新产品推出之际，大力推广新产品并再次引领消费

潮流。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="8">推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="6">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。</td></tr>
<tr><td>新品SWOT分析</td><td>8</td><td>新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确</td></tr>
</table>

		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）	
		推广策略	20	（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于 2 个主题活动,而且必须使用两种或两种以上的活动形式(包括广告、公关和促销)（4 分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1 分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表(4 分)费用预算合理,可行（1 分）	
		效果评估	3	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

10.试题编号：5-10，设计戴森吹风机在湖南市场的推广方案（线下为主，线上为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

戴森技术有限公司是英国一家专门从事家电产品生产和研发的国际公司。作为一家英国创新科技公司和无尘袋吸尘器发明者，戴森致力于设计和研发能用科技来简化人们生活的产品。戴森始终以革新科技为人们提供便捷，通过不断的改进与创新解决人们生活中容易忽视的问题。如今，戴森已经成长为由全球 1,000 多名工程师组成的技术创新公司。

2018 年，继无叶电风扇、无绳吸尘器之后，戴森又易标志性的产品—电吹风问世。一方面，其上千的价格让人们对吹风机的认知多了个“贵”的概念；另一方面，中空设计的磁性风嘴、无损伤快速干发造型也让人们对其黑科技变得尤为认可，一时之间，戴森吹风机也成了吹风机阵列里的“新贵”。

该产品有如下特点：

1.戴森吹风机的数码马达独特的安置于手柄之中，以高达每分钟 11 万转的转速，每秒钟将 13 升空气推入放大器中。结合智能温控技术，戴森吹风机提供了快速干发所需要的高速强劲的气流，从而减少了对热量的依赖。

2.智能温控系统，防止过热损伤头发。配合负离子技术，帮助减少静电，造型后头发表面变得更加顺滑。

3.无风筒设计，让头发自然整齐排列。

4.颠覆传统，将马达置于手柄中，这样可改变中立指点，让握持轻巧平衡。

5.搭配多种造型风嘴，风向集中的风嘴可针对一个区域造型，而不会扰乱其他区域的发型；而扩散风嘴则可均匀底分散气流到卷发的各个部分，让卷发更鲜明。

售价：

银白色：2550 元/台

紫红色/中国红：2850 元/台

蓝金特别版：3350 元/台

【考核任务】

戴森小家电近几年在北上广等超一线城市的市场占有一席之地。。现希望在新产品推出之际，大力在中部经济较发达的城市推广新产品并再次引领消费潮流。请根据新品推广策划流程为其制定一份线下为主，线上为辅的新品全渠道推广方案。方案要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备

<table>
<tr><td>人员</td><td>每个场地配备监考人员2名</td><td>必备</td></tr>
</table>

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="11">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="11">推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="9">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。</td></tr>
<tr><td>新品SWOT分析</td><td>8</td><td>新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3分），目标明确、具体、具有可行性。（2分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线下推广活动：要求线下推广活动不少于2个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的活动形式（包括广告、公关和促销）（4分）；（2）线上配合活动：要求至少设计一个与线下推广活动相配合的线上活动（1分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分）。</td></tr>
</table>

		经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
		效果评估	3	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

11.试题编号：5-11，设计小米9湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

2019年2月20日下午2点，小米公司在北京工业大学体育馆举行正式发布小米9，标志着小米正式上探中高端市场。

小米9手机采用圆润的曲面机身，全曲面机身与手掌贴合，颜色有深空灰、全息幻彩紫、全息幻彩蓝。边框厚度3.5mm,最厚处7.61mm,手机重173g。

规格参数：

手机搭载高通骁龙处理器，运行Android 9.0定制的MIUI10系统，小米9还被曝将后置三摄，主摄像头像素数高达4800万。相机环采用的设计叫“天使眼”，全息幻彩紫展示。5微米大像素类似镜头，支持护眼模式2.0，通过德国电气工程师协会认证。

核心配置上，小米9采用6.39英寸三星AMOLED水滴屏，搭载高通骁龙855旗舰平台，最高配备12GB内存+256GB存储，电池容量为3300mAh。支持27W快充，无线充电从7.5W提升到15W，支持全球首款20W无线闪充。

此外，小米9后置4800万+1200万+1600万三摄，其中1200万为人像镜头，支持2倍光学变焦，1600万为超广角镜头。7P镜头+f/1.47大光圈。

产品亮点：

在视频拍摄方面，小米9得分99，排名第一位。小米9支持960fps慢动作拍摄，支持自动配乐，支持超广角运动跟拍。

小米 9 支持 AI 防畸变，适合合影拍照，AI 识别广角场景，自动提醒进入超广角场景，在超广角模式下支持 4cm 微距相机。小米 9 支持超级夜景，并且支持夜间激光对焦。小米 9 的月亮模式，调到最大变焦 直接拍月亮。

小米 9 使用纳米全息纹技术。支持游戏场景模式，增强触控模式，显示增强，配备游戏工具箱 2.0。

支持双频 GPS，支持旧卡移新机。采用超线性扬声器，音质巨大提升。骁龙 855 基于 7nm 工艺制程打造，采用三丛集八核心架构，CPU 主频达到了 2.84GHz，GPU 为 Adreno 640，安兔兔跑分超过 36 万。

小米 9 其屏幕指纹解锁面积达到了 25mm×50.2mm，并支持一键录入。

【考核任务】

小米 9 拟在湖南市场上市推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注

项目			分值	评分标准	备注
职业素养及操作规范（20 分）			20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
作品（80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	推广方案字数不少于 2000 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
	具体内容	封面完整	2	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。	
		前言	2	简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。	
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。	
		市场分析	10	市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。	
		新品分析	2	对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。	
		新品 SWOT 分析	8	新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确	
		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）	
		推广策略	20	（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4 分）； （2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1 分）； （3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）	
		效果评估	3	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

12.试题编号：5-12，设计华为笔记本湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

2 月 24 日，2019 世界移动通信大会(MWC)期间，华为发布一款 MateBook 笔记本新品：HUAWEI MateBook X Pro。

与一年前在 MWC 期间发布的 HUAWEI MateBook X Pro 相似，新款 HUAWEI MateBook X Pro 仍旧采用金属机身、轻薄设计，外观简约时尚。该机重量为 1.33Kg，厚度 14.6mm，便携性出色，提供深空灰及皓月银两种配色。采用比例为 3:2 的 13.9 英寸屏幕，分辨率 3000 x 2000，支持 100% sRGB 广色域以及十点触控，同时得益于四面窄边框设计屏占比达到 91%(没有像新款 XPS 一样将摄像头恢复到屏幕顶部)。

配置方面,新款 HUAWEI MateBook X Pro 最高搭载第八代(Whiskey Lake)英特尔酷睿 i7 8565U 处理器，并可配备拥有 2GB GDDR5 显存的 NVIDIA GeForce MX250 显卡，不仅可以应对简单的办公即使在影音娱乐或者图像视频内容处理上也有更出色表现。除此之外，与去年第四季度亮相的 HUAWEI MateBook 13 一样，新款 HUAWEI MateBookXPro 也支持 Huawei Share3.0“一碰传”黑科技，便于用户在手机、PC 间传递数据。在音效方面，HHUAWEI MateBookXPro 采用杜比全景声音响系统(Dolby Atmos Sound System)，搭配定制化高低音分频四扬声器，提升影音体验。接口方面，新款 HUAWEI MateBook X Pro 还配备全新升级 Thunderbolt 3 接口，支持双向数据传输，4 倍带宽，传输速率高达 40Gbps,可外接 4K 显示和高端显卡。此外该机支持宽频 WiFi、蓝牙 5.0，无线连接体验提升。

【考核任务】

华为 MateBookXPro 拟在湖南市场上市推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一

份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）			20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明;遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理;在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风;在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
作品（80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
	具体内容	封面完整	2	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。	
		前言	2	简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。	
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。	
		市场分析	10	市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。	
		新品分析	2	对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。	
		新品SWOT分析	8	新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	

		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）	
		推广策略	20	（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4 分）； （2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1 分）； （3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）	
		效果评估	3	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

13.试题编号：5-13，设计味可滋酸奶湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

伊利集团稳居全球乳业第一阵营，蝉联亚洲乳业第一，也是中国规模最大、产品品类最全的乳制品企业。继 2 月份的芝芝莓莓新品带来味觉和视觉双重惊喜之后，近日伊利味可滋芝士莓果 Molly 限量版再次霸屏吸睛。作为高端风味奶品牌，味可滋一直凭借“个性”和“潮流”特质备受年轻消费者青睐，精准锁定 16-22 岁万千少女消费群。

味可滋芝士莓果具有三大产品特质：进口芝士原料、严选优质混合莓果酱、新西兰进口奶源。当鲜嫩多汁的蓝莓、树莓、草莓，遇到纯正进口的芝士，再搭配新西兰良种奶牛的滑腻奶香，带来味蕾的极致享受，喝出满满的愉悦心情。



【考核任务】

味可滋芝士莓果拟在湖南市场上市推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）		20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
作	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	推广方

品（80分）	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	案字数不少于2000字，每少50字扣1分
	具体内容	封面完整	2	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。	
		前言	2	简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。	
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。	
		市场分析	10	市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。	
		新品分析	2	对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。	
		新品SWOT分析	8	新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3分），目标明确、具体、具有可行性。（2分）	
		推广策略	20	（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于2个主题活动,而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4分）； （2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1分）； （3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
		效果评估	3	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

14.试题编号：5-14，设计娃哈哈安化黑茶湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

黑茶是一种全发酵茶，比较为人熟知的普洱茶是黑茶的一支。娃哈哈安化黑茶日前在安化黑茶文化节亮相，但还未量产销售。这款黑茶饮料也将是娃哈哈的一款无糖茶饮料。

2018 年市面上的无糖茶明显多于往年，年初维他推出了两款“无糖茶”，可口可乐今年 4 月推出了无糖茶“淳茶舍”系列。

如果算上已经推出了无糖茶的农夫山泉、伊藤园和三得利，经过了近 10 年的市场培育，无糖茶可能终于要告别小众了。

娃哈哈安化黑茶用安化黑茶中高档的金花茯砖为原料，碱性电解水提取，不添加糖，不添加香精，不添加防腐剂，零能量，不给身体任何负担。采用 UHT 超高温瞬间灭菌技术，最大限度保留茶叶的本来风味，原汁原味呈现，跟泡饮黑茶相比，可随身携带、随时饮用。

据了解，2018 年，在第四届湖南安化黑茶文化节上，安化县人民政府与娃哈哈集团签署合作战略，实现品牌强强联手，利用娃哈哈集团的品牌号召力、市场拓展力和安化黑茶独特功效及区域品牌影响力，共同研发、生产、宣传、推广娃哈哈安化黑茶饮料，打造安化黑茶新的增长极。此次娃哈哈安化黑茶饮料新品的正式发布，标志着安化黑茶产品向多元化、便捷化、科技化方向迈进。

【考核任务】

娃哈哈安化黑茶拟在湖南市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	**基本实施条件**	**备注**
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：12-13分；很差：12分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。</td></tr>
<tr><td rowspan="14">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="14">推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="11">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。</td></tr>
<tr><td>新品SWOT分析</td><td>8</td><td>新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3分），目标明确、具体、具有可行性。（2分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于2个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4分）；
（2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1分）；
（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分）。</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>5</td><td>有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>3</td><td>有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案创意独特且可行</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td>100</td><td></td><td></td></tr>
</table>

15.试题编号：5-15，设计科沃斯扫地机器人湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

科沃斯全新的DEEBOT T5扫地机器人产品，作为国内资历最老，销量最高的扫地机器人品牌，此次推出的DEEBOT T5更是进行了9大产品升级,搭配Smart Navi 2.0全局规划系统以及蓝鲸清洁系统2.0，堪称清洁行业标杆式产品。

搭载了科沃斯核心的Smart Navi 2.0全局规划系统的DEEBOT T5，让机器人实现对环境的认知和记忆，做到先规划再清扫的能力，让清洁过程实现真正的胸有成竹。通过APP能够实现选区清扫、拖地禁区、虚拟墙、划区清扫、多层地图记忆等真正适应场景的功能。

全屋实时建图功能：DEEBOT T5对搭载的LDS模块进行了全新的升级，可以实现的探测距离，通过高性能处理器，搭配精准的SLAM算法，可以实现快速高效的实时绘图效果。首次使用时扫地机器人可以一边清扫一边建图，清洁面积、清扫时间、清洁路线、清洁区域，在手机上都可以实时同步。

多层地图存储记忆：同时DEEBOT T5作为高端产品，面向的受众中不乏复式、别墅等多层户型，对于一般的扫地机器人只能记忆一张地图而言，DEEBOT T5可以最多记录3张地图，更适合多层户型。

划区域清扫 想扫哪里扫哪里：在地图绘制完成后，通过对地图划定清扫区域可以实现划区域清扫，例如我想把地毯划为重点区域，那么在地图上选择地毯区域后，扫地机器人会重点在地毯区域进行清扫。

智能选区清扫 想扫主卧绝不动厨房：类似于划区域清扫，选区清扫则更为智能，不需要你划定区域，扫地机器人会根据探测结果对家庭户型进行主动分区，用户可以根据自己的清扫需求，自主选择清

扫区域清扫。

真正看不见又看得见的虚拟墙:传统扫地机器人虚拟墙无论是灯塔式还是磁条式,不够美观的同时,也看不到真实的禁止清扫的范围,智能凭借用户经验感觉。而 DEEBOT T5 内置的虚拟墙，不仅无需额外设备支持，而且用户不想清扫的区域也变得更加的直观，清洁体验更好。

除了核心场景下的建图、选区、虚拟墙等功能外，APP 端还能实现远程启动以及对扫地机器人吸力、水量的控制,以及实现断点续扫、勿扰时间段设置、清洁预约等实用小功能。让你无论身在何处都能把家里扫的干干净净。

科沃斯机器人在拖扫一体领域深耕多年,通过不断收集用户痛点并优化改善，终于搭载了蓝鲸清洁系统 2.0 的 DEEBOT T5 扫地机器人在拖扫一体功能方面变得更加的成熟。蓝鲸清洁系统 2.0 简单的说就是从蓝鲸生物结构与捕食特征出发，独创一套集大容量微控水箱、聚拢双边刷、滚刷吸口互换模式及三层精细过滤系统组成的扫拖一体的深层洁净方式。DEEBOT T5 配备了蓝鲸清洁系统 2.0 中核心的精密微控 240ml 大水箱，比植物仿生水箱等技术更精确安全，用户通过 APP 可以精确设置低、中、高三档水量调节，最大续航时间可一次性拖完近 200 平米，一次加水就可以完成全屋的拖地任务。同时抹布面积为 236cm2 要比同类其他品牌面积增加 2/3 左右，抹布面积几乎和扫地机器人宽度相当，保证拖地的覆盖率。同时，产品主刷为浮动设计，采用液态硅胶链接，可根据地面平整度的不同，进行自适应的高度调节，让底部的密封性更好，吸力更大。也能保证尾部的抹布可以紧紧的贴合地面，完成深度拖地清洁。可以说，蓝鲸清洁系统 2.0 让用户感受到了仿生学+科技完美融合的力量，带来像蓝鲸捕食过程一样的高效和洁净。真正做到让用户花一分钱，享受双倍的功能和体验。

【考核任务】

科沃斯扫地机器人 T5 拟在湖南市场上市推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明;遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理;在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风;在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="8">作品（80 分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="8">推广方案字数不少于 2000 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="6">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。</td></tr>
</table>

		新品 SWOT 分析	8	新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确	
		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）	
		推广策略	20	（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于 2 个主题活动,而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4 分）； （2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1 分）； （3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理,可行（1 分）	
		效果评估	3	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
		合计	100		

16.试题编号：5-16，设计老干妈番茄辣酱湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

老干妈（陶华碧）牌油制辣椒是贵州地区传统风味食品之一。近几十年来，一直沿用传统工艺精心酿造，具有优雅细腻，香辣突出，回味悠长等特点。是居家必备，馈赠亲友之良品。

1984 年，陶华碧女士凭借自己独特的炒制工艺，推出了别具风味的佐餐调料，令广大顾客大饱口福，津津乐道。1996 年批量生产后在全国迅速成为销售热点。老干妈是国内生产及销售量最大的辣椒制品生产企业，主要生产风味豆豉、风味鸡油辣椒、香辣菜、风味腐乳等 20 余个系列产品。在大多数国外购物网站上老干妈都直接译成"Lao GanMa"，也有译成"The godmother"。

2012 年 7 月，美国奢侈品电商 Gilt 把老干妈奉为尊贵调味品，

限时抢购价 11.95 美元两瓶（约 7.74 英镑，折合约 79.1 人民币元）。美国“老干妈”绝对算得上是“来自中国的进口奢侈品”。

近日，贵州陶华碧老干妈新推出了一款番茄辣酱，主要由番茄、辣椒、大蒜、味精、食用盐和白砂糖调制而成。番茄辣酱沿用了一贯的瓶装，方便携带，在家庭、办公、旅行途中，随时随地，即开即食，说吃就吃，得到了大家的认可。

【考核任务】

老干妈番茄辣酱拟在湖南市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20 分）		20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。
作品	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	推广方案字数
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	

（80分）	具体内容	封面完整	2	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。	不少于2000字，每少50字扣1分
		前言	2	简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。	
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。	
		市场分析	10	市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。	
		新品分析	2	对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。	
		新品 SWOT 分析	8	新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3分），目标明确、具体、具有可行性。（2分）	
		推广策略	20	（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于2个主题活动,而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4分）； （2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1分）； （3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行（1分）	
		效果评估	3	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

17.试题编号：5-17，设计“一品仙”茶叶湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

湖南沃成科技有限公司2016年成立，是一家集电子商务平台运营、智慧营销管理软件开发与运用、品牌管理与服务、产业投资于一体的现代化高科技创新企业。目前运营品牌包括酒中酒霸、宋代官窑、湘贵酱酒和一品仙茶。

一品仙曾获得首届贵州茶叶最具公众影响力的茶企。它立足中国富锌富硒有机茶之乡凤岗，中国苗岭云雾贡茶之乡贵定等著名茶叶产地，整合了600多万亩茶园资源，与贵州省经济贸易学院合作，走产学研发展道路，致力于打造中国名茶及培养专业人才。本次推出的富硒茶春茶，选用“中国富锌富硒有机茶之乡”贵州凤冈县田坝村的优质茶青原料，富含锌硒，外形呈颗粒状、绿润光亮，栗香味醇、滋味鲜醇回甘、浓而不涩、叶底鲜活成朵，耐冲泡。

【考核任务】

一品仙富硒茶拟在湖南市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的“一品仙”富硒茶新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）	20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15；差：	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0

<table>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td>12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>分。</td></tr>
<tr><td rowspan="16">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="16">推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="12">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品 SWOT 分析</td><td>8</td><td>新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于 2 个主题活动,而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4 分）；
（2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1 分）；
（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>5</td><td>有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>3</td><td>有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案创意独特且可行</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td colspan="2">100</td><td></td></tr>
</table>

18.试题编号：5-18，设计麻辣王子长沙市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

湖南省玉峰食品实业有限公司，位于“中国面筋之乡”——平江县。玉峰食品是一家集面筋研发、生产、销售为一体的现代化企业，

成立于 2002 年，是健康面筋开创者，面筋行业标准制定者，专业生产面筋食品 15 年，是湖南省农业产业化龙头企业。近年来，玉峰成立健康面筋研发中心，走产学研道路，与科研院所合作，对面筋食品进了全面系统的研究，武汉轻工大学研究生创新基地和岳阳市面筋食品工程技术研究中心落户平江玉峰食品。研发成果“全谷物健康面筋”通过卫生部健康教育首席专家殷大奎教授为首的专家组鉴定为安全、健康、营养，技术达国际先进水平。

麻辣王子面筋是湖南省玉峰食品实业有限公司的主打品牌，依托于专注面筋食品生产 15 年的行业经验和成熟的生产运营体系，麻辣王子以健康面筋开创者的身份在全国大力发展，得到了广大消费者的喜爱和认同，在行业里树立起了良好的品牌形象。连续 7 年畅销校园，2009 年一经推出，因口味独特受到消费者大力追捧；2015 年原料升级，使用真正没有添加剂的天然面粉；因健康卫生、品质优良多次获得权威媒体争相报道，更荣获国际食品展“消费者最喜爱食品品牌”、农业博览会“金奖”，还被授予“湖南名优特产认定商品”的称号。

作为平江辣条行业的领军品牌，麻辣王子在传承传统平江麻辣味辣条的基础上不断创新升级。从原料升级、包装升级，口味升级，到不断取消化学合成的甜味剂、添加剂，让产品更好吃、更健康。并于 2019 年全新推出麻辣王子微麻微辣新品，重新精心挑选试用辣椒和花椒，通过一百多次试验才确定了现在的风味。

【考核任务】

麻辣王子微麻微辣新品拟在长沙市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 2000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

<table>
<tr><th colspan="3">评价内容</th><th>配分</th><th>评分细则</th><th>备注</th></tr>
<tr><td colspan="3">职业素养及操作规范（20 分）</td><td>20</td><td>着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="11">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="11">推广方案字数不少于 2000 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="9">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品 SWOT 分析</td><td>8</td><td>新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4 分）；
（2）线下配合活动：要求至少设计一个与</td></tr>
</table>

				线上推广活动相配合的线下活动（1分）；（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
		效果评估	3	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

19.试题编号：5-19，设计康师傅藤椒方便面湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

20世纪80年代，顶新集团在台湾内的发展始终不如意。于是魏家兄弟带着1.5亿新台币到大陆试水。从1989年到1991年的3年，他们在北京、济南、秦皇岛、通辽等地开办了4家合资企业。先后尝试“顶好清香油”、“康莱蛋酥卷”和蓖麻油等产品，均成效甚微，还亏损了过半的本金。四弟魏应行一次在大陆乘火车出差吃泡面的经历，却令“康师傅”方便面得以诞生，并一发不可收，成就了魏氏兄弟的食品帝国。1992年8月21日，顶新国际在天津开发区投资800万美元建立的方便面生产线顺利投产。“康师傅”诞生了第一碗价格适中、口味适合国人的红烧牛肉面。

2018年，康师傅推出了藤椒牛肉面。它采用慢火细炖的牛肉汤做汤底，新鲜藤椒散落在汤里，椒麻在汤里蔓延入味。精炖入味的牛腩肉切片，交织其中，椒香四溢的藤椒油浇淋在表面层层麻香蔓延开,，点缀上小米辣、泡青椒，让麻辣鲜爽富有层次，它既有西南特有的街巷热辣，又有无与伦比的清爽椒麻口感。

【考核任务】

康师傅藤椒方便面拟在湖南市场推广，请根据市场特点及目标消

费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容			配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）			20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体;操作过程中言行举止以及文案用词文明;遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务;方案不违背职业道德与营销伦理;在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识;方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风;在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识;操作结束之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20分；好：16-17分；一般：14-15;差：12-13分；很差：12分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
作品（80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	推广方案字数不少于2000字，每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
	具体内容	封面完整	2	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。	
		前言	2	简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。	
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。	
		市场分析	10	市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4分）、推广对象分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位（1分）。	
		新品分析	2	对新品特点描述详细（1分），新品核心利益点分析较为准确（1分）。	
		新品SWOT分析	8	新品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	

		新品定位	5	新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。	
		推广目标	5	有营销目标（3分），目标明确、具体、具有可行性。（2分）	
		推广策略	20	（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于2个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4分）； （2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1分）； （3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
		效果评估	3	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
合计			100		

20.试题编号：5-20，设计宋代官窖酒湖南市场新媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅）

（1）任务描述

【背景资料】

湖南沃成科技有限公司2016年成立，是一家集电子商务平台运营、智慧营销管理软件开发与运用、品牌管理与服务、产业投资于一体的现代化高科技创新企业。目前运营品牌包括酒中酒霸、宋代官窖、湘贵酱酒和一品仙茶。

2018年5月29日上午，由宋代官窖独家冠名的2018第十七届湖南糖酒会在湖南国际会展中心召开，为期三天。本次参展的宋代官窖酒，以遗址中的六角缸为瓶型，以宋代皇帝黑色方官帽为瓶盖，以宋代官窑瓷器的红色为主色，以宋代官窖寓意吉祥的神秘图纹为装饰，以南宋《宋版广韵》书中的文字为字体，集怀旧、经典、艺术、匠心等元素为一体。宋代官窖酒产自贵州茅台古镇的中国酱酒核心产区，与国酒茅台产区及工艺同宗同源，采用正宗大曲酱香的三高三长与

12987酱酒工艺酿造，具有酱香突出、幽雅细腻、老熟醇厚、回味悠长、空杯留香持久的特点。

伴随着中产崛起、消费升级以及一线名酒的持续走高，“次高端”成为各大白酒企业纷纷发力的焦点。宋代官窖也将目标客户瞄准了中高端客户。“售价688元/瓶，属于次高端的高位，与之匹配的是酱香品质和口感。”胡传枫表示，老派的酱香工艺，跟茅台酒同源同宗，宋代官窖将引领酱香新风向。同时，次高端酱酒每年有2万吨/年的缺口，400—700元价格带缺乏主流品牌，也为宋代官窖切入市场提供了良好机会。

【考核任务】

宋代官窖酒拟在湖南市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份线上为主、线下为辅的新媒体营销推广方案。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求2000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	考核场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范（20分）	20	着装符合营销职业规范，仪态大方得体；操作过程中言行举止以及文案用词文明；遵守纪律，尊重评委，独立完成考核任务；方案不违背职业道德与营销伦理；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识；方案文本格式规范，体现了营销从业者的细致严谨的工作作风；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；操作结束	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况

<table>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td>之后清理现场，保持工作台面整洁。（很好：18-20 分；好：16-17 分；一般：14-15；差：12-13 分；很差：12 分以下）</td><td>者本项目记 0 分。</td></tr>
<tr><td rowspan="14">作品（80分）</td><td colspan="2">卷容格式</td><td>5</td><td>文字编排工整清楚、格式符合要求。</td><td rowspan="14">推广方案字数不少于 2000 字，每少 50 字扣 1 分</td></tr>
<tr><td colspan="2">文字表达</td><td>5</td><td>流畅、条理清楚、逻辑性较强。</td></tr>
<tr><td rowspan="11">具体内容</td><td>封面完整</td><td>2</td><td>要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）。</td></tr>
<tr><td>前言</td><td>2</td><td>简述推广的背景、目的、推广方案主要内容。</td></tr>
<tr><td>目录</td><td>3</td><td>排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）。</td></tr>
<tr><td>市场分析</td><td>10</td><td>市场分析包括宏观环境分析以及行业背景分析（4 分）、推广对象分析（3 分）、竞争产品分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品分析</td><td>2</td><td>对新品特点描述详细（1 分），新品核心利益点分析较为准确（1 分）。</td></tr>
<tr><td>新品 SWOT 分析</td><td>8</td><td>新品优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确</td></tr>
<tr><td>新品定位</td><td>5</td><td>新品市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力。</td></tr>
<tr><td>推广目标</td><td>5</td><td>有营销目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性。（2 分）</td></tr>
<tr><td>推广策略</td><td>20</td><td>（1）线上推广活动：要求线上推广活动不少于 2 个主题活动，而且必须使用两种或两种以上的新媒体推广方式（4 分）；
（2）线下配合活动：要求至少设计一个与线上推广活动相配合的线下活动（1 分）；
（3）每个活动有具体的推广时间、地点、活动内容、实施安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。</td></tr>
<tr><td>经费预算</td><td>5</td><td>有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）</td></tr>
<tr><td>效果评估</td><td>3</td><td>有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（2 分）</td></tr>
<tr><td colspan="2">创新方面</td><td>5</td><td>方案创意独特且可行</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计</td><td colspan="2">100</td><td></td></tr>
</table>